



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

스포츠매니지먼트 석사 학위논문

관람일로부터 시간적 거리에 따라
관람 결정요인이 관람의도에
미치는 영향

2018년 2월

서울대학교 대학원

체육교육과 글로벌스포츠매니지먼트

이 동 렬

국 문 초 록

관람일로부터 시간적 거리에 따라 관람 결정요인이 관람의도에 미치는 영향

이 동 렬
서울대학교 대학원
체육교육과
글로벌스포츠매니지먼트

관람스포츠 활성화를 위해 관람결정요인들이 관람의도에 미치는 영향에 대한 연구는 활발하게 진행되어 왔다. 하지만, 시간적 거리에 따라 이러한 요인들이 관람의도에 미치는 영향력의 변화를 검증하는 연구는 미비한 실정이다. 이에 본 연구는 해석수준이론을 기반으로 관람결정요인을 본질적 욕구 요인(Desirability)과 실행적 과정 요인(Feasibility)으로 구분하여 시간적 거리에 따라 관람의도에 미치는 영향력을 분석하고자 하였다.

이를 위해 스포츠경기를 정기적으로 관람하는 스포츠팬을 먼 미래 집단과 가까운 미래 집단으로 나누어 온라인 설문조사를 실시하였다. 설문지는 본질적 욕구 요인의 하위 요인인 성취, 즐거움, 일상탈출, 미학적 요인과 실행적 욕구 요인의 하위 요인인 비용, 접근성, 시간, 동반자 요

인, 그리고 관람의도를 측정할 수 있도록 구성하였으며 집단 별로 175부씩 총 350부를 최종 자료 분석에 사용하였다. 자료 분석을 위해 SPSS 21.0을 이용하여 기술통계분석과 신뢰도분석, AMOS 21.0를 활용하여 타당성 및 다중집단 확인적 요인분석을 실시하였으며, 가설을 검증하기 위해 구조방정식 경로계수 및 경로제약 분석을 실시하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 본질적 욕구 요인의 성취 요인은 관람일로부터 가까울수록 관람의도에 미치는 영향력이 작게 나타난 반면, 미학적 요인은 관람일로부터 가까울수록 관람의도에 미치는 영향력이 오히려 크게 나타났다. 둘째, 실행적 과정 요인의 비용, 시간 요인은 관람일로부터 가까울수록 관람의도에 미치는 영향력이 크게 나타났다. 셋째, 즐거움, 접근성, 동반자 요인은 특정 미래 시점에서 유의한 영향력을 미치는 것을 확인하였다. 결과적으로 성취, 비용, 시간, 미학적 요인은 시간적 거리에 따라 관람의도에 미치는 영향력이 달라진다는 것을 검증하였고, 추가적으로 즐거움, 접근성, 동반자 요인의 경우 특정 미래 시점에서 영향력이 유의하지 않게 나타난다는 것을 새롭게 발견하였다.

주요어 : 시간적 거리, 관람결정요인, 관람의도

학 번 : 2016-21617

목 차

제 1장 서 론	1
제 1절 연구의 배경	1
제 2절 연구의 필요성	4
제 3절 연구의 목적 및 연구문제	7
 제 2장 이론적 배경	8
제 1절 해석수준이론(Construal Level Theory)	8
1. 해석수준의 개념과 정의	8
2. 해석수준이론의 선행연구	11
제 2절 시간적 거리(Temporal Distance)	14
1. 시간적 거리의 개념	14
2. 시간적 거리가 설득에 미치는 영향	15
제 3절 본질적 욕구와 실행적 과정	18
1. 본질적 욕구(Desirability)의 개념과 요인	18
1) 본질적 욕구의 개념	18
2) 본질적 욕구의 요인	18
2) 실행적 과정의 개념과 요인	21
1) 실행적 과정의 개념	21
2) 실행적 과정의 요인	22
제 4절 관람의도	24
제 5절. 연구모형 및 가설	25
1) 연구모형	25
2) 연구가설	26

제 3장 연구방법	28
제 1절 연구대상	28
제 2절 조사도구	32
제 3절 자료처리방법	35
1. 기술통계분석	35
2. 신뢰도분석	35
3. 타당성 및 다중집단 확인적 요인분석	35
4. 구조방정식 모형 검증	36
제 4 장 연구결과	37
제 1 절 측정변인 기술통계 분석 결과	37
제 2 절 신뢰도 분석 결과	40
제 3 절 타당도 및 다중집단 확인적 요인분석 결과 ...	42
1. 집중타당도 검증	42
2. 다중집단 확인적 요인분석	43
제 4 절 구조방정식 모형 검증 결과	44
1. 구조방정식 모형 분석결과	44
2. 다중집단 경로계수 검증	47
3. 집단 간 경로제약 검증	49
4. 연구가설의 검증	50
제 5 장 논의 및 결론	54
제 1 절 논의	54
1. 본질적 욕구 요인이 관람의도에 미치는 영향	55
2. 실행적 과정 요인이 관람의도에 미치는 영향	56
3. 학문적 시사점	57

4. 실무적 시사점	58
제 2 절 결론 및 제언	60
1. 결론	60
2. 연구의 제한점 및 제언	61
 참고문헌	 63
부록	73
Abstract	81

표 목차

표 2-1. 심리적 거리의 분류	8
표 2-2. 수준별 해석의 특징	9
표 2-3. 심리적 거리의 분류별 정의	11
표 2-4. 본 연구에 참고한 즐거움의 정의	19
표 2-5. 본 연구에 참고한 미학적 요인의 정의	21
표 3-1. 먼 미래 집단 연구대상자의 인구통계학적 특성	30
표 3-2. 가까운 미래 집단 연구대상자의 인구통계학적 특성	31
표 3-3. 본질적 욕구 요인의 측정도구	33
표 3-4. 실행적 과정 요인의 측정도구	34
표 4-1. 먼 미래 집단의 기술통계 분석결과	38
표 4-2. 가까운 미래 집단의 기술통계 분석결과	39
표 4-3. 먼 미래 집단의 신뢰도 분석결과	40
표 4-4. 가까운 미래 집단의 신뢰도 분석결과	41
표 4-5. 개념신뢰도 산출공식	42
표 4-6. 다중집단 측정동일성 적합도 지수	43
표 4-7. 구조방정식 모형의 적합도	44
표 4-8. 연구모형의 표준화 경로계수 및 유의성 검증결과	48
표 4-9. 집단 간 경로제약 결과	49

그림 목차

그림 2-1. 연구모형	25
그림 4-1. 먼 미래 집단의 구조방정식 모형	45
그림 4-2. 가까운 미래 집단의 구조방정식 모형	46

제 1 장 서 론

1. 연구의 배경

지속적인 경제성장은 노동 시간 단축으로 이어져 다양한 여가생활을 누릴 수 있는 여유를 가져다주었다. 과거 여가생활은 부유층만의 특권으로 여겨졌지만 국민들이 경제적·시간적으로 안정된 삶을 영위하게 되면서 여가는 국민 대부분이 누릴 수 있는 대중적인 행위로 탈바꿈하였다. 특히 현대에 이르러 여가는 특정계층이 아닌 국민 모두가 즐길 수 있다는 인식이 확산되면서 여가의 수요는 과거에 비해 급증하였다(이정호, 김기현, 남재준, 2014). 이를 바탕으로 직접적인 참여뿐만 아니라 관람스포츠와 같이 간접적으로 참여하는 여가에 대한 국민의 관심 또한 높아지게 되었다.

현대사회에서 스포츠는 사회적인 역할은 물론 경제적으로도 중요한 역할을 수행하고 있어 산업적으로 막대한 영향력을 끼치고 있다. 또한 개인이 여가로 지출할 수 있는 비용이 증가하면서 일어난 개인 생활방식의 변화는 레저 및 스포츠의 부흥을 가져왔으며 프로스포츠를 중심으로 관람스포츠의 규모를 확대시켰다. 이에 따라 관람스포츠에 대한 사회적 수요는 과거에 비해 큰 폭으로 증가하였고, 매년 수천만의 관중들이 시간과 돈을 소비하며 스포츠를 관람하게 되었다(장진, 장경로, 2003).

역사적으로 한국의 관람스포츠는 1970년대를 기점으로 경제성장과 함께 활성화 되었다. 고등학교 야구와 씨름을 시작으로 프로축구, 프로농구, 프로배구 그리고 국민들의 뜨거운 성원 아래 치러진 2002년 한일 월드컵 대회에 개최 등에 따라 대중의 관심이 정점에 이르렀다. 프로스포츠를 살펴보면, 1982년 복싱과 레슬링을 시작으로 프로스포츠가 활성화 되었고, 구기 종목으로는 1982년에는 프로야구, 1985년에는 프로축구, 1996년에는 프로농구, 2004년에는 프로배구를 순서로 공식리그가 창설되

었다. 이 중 야구, 농구, 축구는 직접 참여하는 참가스포츠로써 뿐만 아니라 경기장에 직접 찾아가는 관람스포츠로써도 국민들에게 큰 사랑을 받고 있다. 특히 한국 4대 스포츠라고 불리는 야구, 농구, 축구, 배구의 경우 2008년 이후 1,000만 명이 넘는 관중을 경기장으로 불러 모으는 ‘1,000만 관중 시대’에 돌입하였다(문화체육관광부, 2014). 2000년대 이후에는 프로스포츠의 인기를 바탕으로 축구, 야구를 중심으로 다수의 국내 선수들이 해외 유명 리그에 진출하여 활약할 만큼 한국 스포츠의 위상은 높아졌다. 이와 같이 국내 관람스포츠가 성장 할 수 있었던 것은 국가의 체육진흥 정책이 큰 역할을 수행하기도 했지만 수준이 높아진 관람스포츠를 여가의 수단으로 선택하는 대중의 심리가 더 큰 영향력을 미쳤다고 볼 수 있다(임번장, 2001).

이처럼 많은 국민들의 관심을 받고 있는 관람스포츠가 보유한 잠재력과 성장 가능성은 무궁무진하다고 볼 수 있다. 특히 관람스포츠는 부가가치를 창출 할 수 있는 서비스 상품으로서의 가치가 있기 때문에 관람활성화를 위한 마케팅 전략을 도입하는 것은 필수적이라고 할 수 있다.

하지만 국내 스포츠의 현실은 긍정적이지만 앓다. 프로 출범 이래 각 구단은 자체적으로 수익을 창출하고 지역 사회와의 연대를 우선 시 하기 보다는 모기업의 지원에 의지하고 무조건적인 승리 위주의 팀 운영 방식을 채택하고 있다. 기업이 모기업의 스포츠 구단의 대한 지원을 점차적으로 감소시키는 사회적 분위기에서 현재와 같은 경영방식을 고수하는 것은 위험요소가 크다고 할 수 있다.

스포츠 구단의 수입원은 중계권료, 입장티켓수입, 광고수입, 상품수입, 경기장 내 판매수입으로 이루어진다. 스포츠 선진국의 사례를 살펴보면, 중계권료가 가장 큰 부분을 차지하는데 미국과 유럽의 경우 50% 이상이 중계권료로 이루어질 만큼 압도적이다. 미국 메이저리그(MLB)의 경우 연간 약 1조 7500억 원의 중계권료 수익을 창출하고 있고, 미국 프로농구(NBA)의 연간 1조 2000억 원의 수익을 창출하고 있다(ESPN, 2015).

반면, 한국의 구단들은 해외 구단들과는 상반되는 수입구조를 이루고

있다. 한국의 경우 해당 스포츠의 협회들이 중계권 계약을 독점하고 있고, 스포츠 선진국에 비해 턱없이 낮은 중계 수요를 기록하고 있어 중계 권료로 창출하는 수익은 미미하다. 이 때문에 티켓판매를 통한 입장료 수입은 스포츠구단의 수익구조에 중요한 부분을 차지하고 있으며, 입장료 판매를 통한 수익 창출은 구단들에게 중요한 요소로 작용한다.

실제 국내 스포츠의 관중 수는 올림픽, 월드컵과 같은 국제 주요 이벤트경기 직후 수치가 단기적으로 증가하지만 시간이 흐름에 따라 점차 감소하는 경향을 보인다. 문제는 이러한 관중의 감소가 구단 수입의 큰 부분을 차지하는 만큼 구단의 존립 자체에까지 위협을 주는데 심각성이 있다. 특히 자유계약의 제도 변화로 인한 선수들의 몸값 상승이 이어지는 상황에서 관중 수의 정체 및 감소는 재정적으로 더욱 압박감을 주고 있다(조용찬, 2004).

2. 연구의 필요성

관중은 관람스포츠의 원천이라고 할 수 있으며 텔레비전 중계료, 광고료, 스폰서쉽 및 라이선싱 그리고 경기장 이익금을 통한 재정 수입을 보장해주는 기초요인이다(채한승, 이종호, 2000). 프로스포츠에 있어 관중의 감소는 광고수입 및 경기장 먹거리 판매 뿐 아니라 중계권료와 스폰서쉽 유치 기회에도 부정적인 영향을 미치게 된다. 그렇기에 프로스포츠에서 관중 확보는 구단의 운영 및 존속을 위해 반드시 필요하다.

체육백서(2014)에 의하면, 2013년 한 해 동안 스포츠경기를 한 번이라도 관람한 사람은 약 22%로 나타났다. 이 수치는 2007년 18.4%에 비해 약 3.6% 증가한 수치이다. 하지만 연극, 영화, 박물관과 같은 여가활동의 관람 경험은 각각 24.2%, 85.9%, 25.8%로 스포츠관람 경험보다 높은 수치를 기록하였다는 것을 고려하면 22%는 여전히 저조한 수치라고 볼 수 있다. 특히, 영화 관람의 경우 압도적으로 높은 수치를 기록하고 있는 만큼 관람스포츠 관중 확보에 최대 적이라고 할 수 있다.

이처럼 여가에 대한 수요가 높은 현대 사회에서 스포츠경기를 관람하는 소비자들은 소수에 불과하다는 것을 알 수 있다. 관중 없이는 프로스포츠는 지속되기 어려운 만큼, 최대한 많은 관중들을 경기장으로 유인하는 것은 매우 중요하며, 이를 위해 관중들의 다양한 욕구를 충족시켜 관람의도를 상승시킬 수 있는 마케팅전략을 수립하여야 한다.

이러한 전략 수립을 위해 우선 스포츠마케터들은 경기장을 찾는 관중이 왜 관람을 결정하는가를 이해하여야 한다. 이러한 필요성을 인지하고 해외 저명 학자들은 관중이 경기를 관람할 것인지를 결정하는 과정에서 중요하게 추구하는 요인을 파악하여 관람의도를 상승시키기 위해 스포츠관람 동기요인에 관한 연구를 진행하여 왔다(Branvold, Pan, Gabert, 1997; Wakefield & Sloan, 1995). 국내에서도 역시 이정학(1999), 김종환과 이종호(1999) 등이 경기관전에 영향을 미치는 요인을 탐색하는 연구를 진행하여 스포츠경기 관람의도 상승을 도모하고자 하였다.

이처럼 최대한 많은 관중을 유인하기 위해 소비자의 관람결정 요인을 규명한 연구는 다수 진행되어 왔지만, 아직 관람스포츠가 충분히 활성화 되었다고 보기는 어렵기에 추가적인 연구가 필요한 실정이다. 이에 본 연구에서는 해석수준이론의 시간적 거리를 바탕으로 관람결정요인이 관람의도에 미치는 영향력에 대한 연구를 실시하였다. 시간적 거리는 최근 경영학, 심리학 분야에서 소비자의 소비의도를 파악하기 위해 활용되고 있는 개념인 만큼 이를 관람의도에 적용하여 연구를 진행한다면 긍정적인 결과를 도출할 수 있을 것으로 판단하였다.

Liberman, Nira와 Trope(1998)가 제시한 해석수준이론에 의하면 시간의 흐름 또는 시간 간격에 따라 사람이 선호하는 요인이 달라진다고 하였는데, 이는 스포츠를 제외한 다른 분야에서 다양한 연구가 진행되어 왔다. Liberman(1998)은 소비자는 소비시기를 기준으로 먼 미래에서는 본질적 욕구(Desirability)를 우선시 하는 경향이 있고, 가까운 미래에서는 실행적 과정(Feasibility)을 우선시 하는 경향이 있다고 하였다. 또한 먼 미래에서는 본질적이고 목표와 관련된 요인을 우선시 하는 반면, 가까운 미래에서는 과정에 관련되고, 부차적인 요인을 우선시 한다고 하였다. 다시 말해, 사람은 판단을 내릴 때 우선적으로 고려하는 요인이 달라진다는 것이다. 이는 스포츠마케팅 분야에도 중요한 시사점을 제시한다.

예를 들어, 항공기 티켓판매의 경우 구매시점에 따라 티켓가격을 다르게 책정한다. 이는 티켓판매로 인한 수익을 극대화하기 위해 시간적 거리에 따라 소비자들이 중요하게 고려하는 요인들을 활용하는 전략이다. 반면, 한국 아마추어 및 프로스포츠 경기의 티켓은 구매시점과 관계없이 동일한 가격으로 판매된다. 이는 상당히 비효율적인 티켓판매 방식이라고 할 수 있다.

항공권의 경우 출발일로부터 가까운 시기에 구매할수록 가격이 높게 책정된다. 이는 최대의 금전적 이익을 내기 위한 전략이라고 할 수 있는데, 스포츠경기의 특성은 항공기와는 분명 차이가 있기에 동일한 방법을 적용하는 것은 옳지 않다. 그러므로 시간적 거리에 따라 관람을 결정할

때 소비자들이 어느 요소를 가장 중요하게 고려하는지를 파악하는 연구는 스포츠경기의 관람의도 상승을 위한 효과적인 마케팅 전략을 수립하기 위한 차원에서 의미가 크다고 할 수 있다. 이에 따라 본 연구에서는 관람일로부터 시간적 거리에 따라 관람결정요인이 관람의도에 미치는 영향을 규명하고자 한다.

3. 연구의 목적 및 연구문제

스포츠관람 활성화를 위하여 스포츠관람 요인들이 관람의도에 어떠한 영향을 미치는지를 규명하는 연구는 다양하게 진행되어 왔다. 그러나 관람일로부터 시간적 거리가 관람의도에 미치는 영향을 규명한 연구는 미비한 실정이다. 스포츠관람에 영향을 미치는 요인들이 시간적 거리에 따라 어떻게 달라지는지를 규명한다면, 다양한 시기별로 다른 프로모션이나 마케팅을 진행하여 관람의도를 높여 티켓 판매증가 효과를 거둘 수 있을 것이다. 따라서 본 연구는, 시간적 거리에 따라 스포츠 관람의도에 영향을 미치는 요인들의 영향력이 어떻게 변화하는지를 규명하고자 한다.

이에 본 연구에서는 다음과 같은 연구 문제를 설정하였다.

첫째, 관람 결정요인의 중요성이 시간에 따라 달라지는지 알아보고자 한다.

둘째, 관람일로부터 시간적 거리에 따라 관람의 본질적 욕구 요인이 관람의도에 미치는 영향이 어떻게 달라지는지 알아보고자 한다.

셋째, 관람일로부터 시간적 거리에 따라 관람의 실행적 과정 요인이 관람의도에 미치는 영향이 어떻게 달라지는지 알아보고자 한다.

제 2 장 이론적 배경

제 1절 해석수준이론(Construal Level Theory)

1. 해석수준이론의 개념과 정의

해석수준이론(Construal Level Theory)은 Liberman과 Trope(1998)에 의해 처음으로 연구된 심리학 이론으로 의사결정과 판단을 내리는 상황에서 다양한 종류의 사고방식 중 어떠한 특징이 어떠한 조건에서 보여지는가를 제시한 모델이다. 동일한 사건 또는 상황일 경우라도 심리적 거리에 따라 이에 대한 해석이 달라진다는 것이 해석수준이론의 기본 토대이다. 여기서 심리적 거리는 시간적 거리, 사회적 거리, 공간적 거리, 실체적 거리로 분류된다. 각 거리에 따른 예시를 정리하면 아래의 표 2-1과 같다.

표2-1

심리적 거리의 분류

분류	예시
시간적 거리	내일 vs 1년 후
사회적 거리	가족 vs 친하지 않은 지인
공간적 거리	서울 vs 워싱턴DC
실체적 거리	실제로 일어난 사건 vs 가장된 사건

심리적 거리가 먼 경우를 살펴보면 상위 수준(High-level)의 해석이 이루어지는 반면 심리적 거리가 가까운 경우 하위 수준(Low-level)의 해석이 이루어진다. 상위 수준의 해석은 추상적이고, 단순하며, 핵심적이고 목적과 연관되고, 하위 수준의 해석은 구체적이고, 복잡하며, 표면적이고 목적과 직접적인 연관성이 없다는 것이 특징이다.

예를 들어 이사를 가는 상황에서 시간적 거리를 적용해 본다면 미래 시점에 따라 다른 해석이 이루어지게 된다. 이사가 먼 미래에 실행될 예정이라면 ‘새로운 시작을 한다’와 같이 추상적인 상위 수준의 해석이 이루어진다. 반대로 가까운 미래에 이사가 실행될 경우 ‘다른 곳으로 짐을 옮겨야 하는 일’과 같이 표면적으로 나타나는 하위 수준의 해석이 이루어지게 된다. 비슷한 예시로 운동을 한다고 가정하면 먼 미래에서는 ‘재미있고 보람되는 행위를 한다’와 같이 목적과 관련된 상위 수준의 해석이 이루어지지만, 가까운 미래에서는 ‘몸을 움직여야 하는 귀찮은 노동’과 같이 목적과 직접적으로 관련되지 않은 하위 수준의 해석이 이루어지게 되는 것이다.

표 2-2

수준별 해석의 특징

분류	특성
상위 수준 해석	<ul style="list-style-type: none"> ● 추상적인 ● 주요한 ● 핵심적인 ● 목적과 관련된 ● 논리적인
하위 수준 해석	<ul style="list-style-type: none"> ● 구체적인 ● 부차적인 ● 표면적인 ● 목적과 관련되지 않은 ● 체계적이지 않은

위의 예시에서 나타나듯이 시간적 거리가 멀어질수록 부각되는 특징은 본질적 욕구 요인(Desirability)으로 정의할 수 있다. 시간적 거리가 가까울수록 부각되는 특징의 경우 실행적 과정 요인(Feasibility)으로 정의하였는데 이는 목적보다는 수단에 중점을 두어 해석하는 경향이 있음을 알 수 있다. 또한 본질적 욕구 요인은 상위 수준에서 “왜 그런가”에 초점을 맞추는 반면 실행적 과정 요인은 “어떻게 해야 하는가”에 초점을 맞춘다. 여기서 “왜 그런가”는 추상적이고 목적에 관련되어 있으므로 하위 수준의 해석보다는 상위 수준의 해석에 더 가깝다는 것을 알 수 있다 (Trope & Liberman, 2010).

추가적인 예시로 ‘세미나 강연 참석’을 본질적 욕구에 초점을 맞춘다면 ‘세미나의 내용은 도움이 얼마나 될까’로 해석될 것이며 이는 상위 수준 해석에 해당된다. 반면, 실행적 욕구 요인에 초점을 맞춘다면 ‘세미나 장소까지는 거리는 얼마나 되는가’로 해석될 것이며 이는 하위 수준 해석에 해당된다. 또한 ‘새 농구장 건축’의 경우 본질적 욕구 요인 측면에서는 ‘농구발전에 기여’로 해석되지만, 실행적 과정 요인 측면에서는 ‘건축을 위한 예산지출’로 해석된다.

2. 해석수준이론의 선행연구

초기 해석수준이론은 주로 시간적 거리의 차이를 중심으로 연구가 이루어졌다. 앞서 언급된 바와 같이 시간적 거리는 먼 미래에서는 상위 수준의 본질적 욕구 요인을 바탕으로 해석하고, 가까운 미래에서는 하위 수준의 실행적 과정 요인을 바탕으로 해석한다. 하지만 최근 후속 연구로 공간적 거리, 실체적 거리, 사회적 거리를 바탕으로 한 연구가 이루어졌고 대부분의 연구에서 유의한 결과가 도출된 만큼 해석수준이론은 다양한 분야에 적용된다고 볼 수 있다.

표 2-3

심리적 거리의 분류별 정의

분류	구분
시간적 거리	<ul style="list-style-type: none"> - 먼 미래에 일어날 일 - 가까운 미래에 일어날 일
사회적 거리	<ul style="list-style-type: none"> - 친숙한 대상, 유사한 대상 - 친숙하지 않은 대상, 다른 대상
공간적 거리	<ul style="list-style-type: none"> - 물리적으로 먼 곳에 있는 대상 - 물리적으로 가까운 곳에 있는 대상
가상적 거리	<ul style="list-style-type: none"> - 실제로 일어날 가능성이 높은 상황 - 실제로 일어날 가능성이 낮은 상황

시간적 거리와 마찬가지로 해석수준이론은 사회적 거리에서도 실험이 이루어졌다. 사회적 거리 또한 대상이 멀고 가까운 정도에 따라 판단하고 묘사하는 경향에서 차이를 보였다. 먼저 사회적으로 가까울 때는 상위 수준의 목적과 관련된 용어보다는 부차적이고 수단에 관련된 어휘를 사용하는 경향을 보였다. 예를 들어 운동선수가 자신과 동일한 직업을 가진 다른 운동선수를 묘사할 때는 상위수준의 용어를 주로 사용한 반면 관련성이 상대적으로 적은 연구원에 대해 묘사할 때는 하위수준의 용어를 주로 사용하여 묘사하였다. 마찬가지로 학생이 동료 학생을 묘사할 때는 구체적인 용어를 사용하여 묘사하였지만 자신과 다른 사회적 위치에 있는 직장인을 묘사할 때는 추상적인 용어 위주로 설명하였다. 사회적 거리는 친숙도와 소속감과도 관련성이 높는데 상대방에게 얼마나 동질감을 느끼는지 또는 같은 그룹에 속해 있는지 여부가 중요한 부분으로 작용할 수 있다 (Liviatan, Trop & Liberman, 2008).

공간적 거리에서는 어떤 사건 또는 행동이 물리적으로 어느 위치에서 발생하는가에 따라 차이를 보였다. 물리적으로 멀 경우 목적과 관련되고 구체적인 정의를 선호하였지만, 가까울 경우 목적과 관련성이 상대적으로 적고 추상적인 정의를 선호하는 경향을 보였다. 이러한 특징은 공간적 거리 또한 해석수준이론으로 설명될 수 있는 부분이라는 것을 증명한다고 볼 수 있다(Fujita, Henderson, Eng, Trope & Liberman, 2006). 예를 들어 공간적 거리에 따라 사무실 문을 잠그는 행위에 대해 다른 해석을 보였다. 먼 거리일 경우에는 외부인 또는 도둑으로부터 사무실을 지키는 행위라고 인식하였는데 이는 목적과 관련된 추상적인 해석이라고 볼 수 있다. 그에 반해 가까울 경우일 때는 잠금장치를 걸어 놓는 행위라는 해석을 하였는데 이는 표면적이고 구체적인 해석이다. 이처럼 시간적 거리와 마찬가지로 공간적 거리에서도 거리가 멀 경우 본질적 욕구 요인이, 가까울 경우 실행적 과정 요인이 부각된다.

마지막으로 가상적 거리에서도 거리에 따라 두 가지로 분류되었다. 특정 사건 또는 사고가 발생할 확률이 기준으로 작용하였는데 크게 현실

상황과 가상의 상황으로 나타낼 수 있다. 사건이 일어날 확률이 높고 실제의 상황일 때 구체적으로 해석하는 경향을 보였고, 일어날 확률이 낮거나 가상의 상황일 때에는 추상적으로 해석하는 경향이 두드러졌다 (Wakslak, Trop, Liberman & Alony, 2006).

위에서 살펴본 바와 같이 심리적 거리는 하나의 상황에 한정되지 않고 다양한 상황에 적용가능하다. 물론 해석수준이론을 적절하게 활용하기 위해서는 상황에 맞는 심리적 거리를 파악한 후 적용하는 것이 선행되어야 한다.

제 2절 시간적 거리 (Temporal Distance)

1. 시간적 거리의 개념

시간적 거리는 어떤 사건이나 대상이 얼마나 멀거나 가깝게 느껴지는가를 나타내는 시간적 근접성의 개념이다. 예를 들어, 특정한 사건이 현재에서 멀리 떨어졌을 경우를 ‘먼 미래’라 하고 가까울 경우를 ‘가까운 미래’라고 정의하는 것이다(Liberman & Trope, 2000). 즉, 시간적 거리는 해석수준이론의 심리적 거리감 중 시간을 중심으로 발저시킨 개념이다. 사람들은 다양한 상황에서 합리적인 의사결정을 하기 위해 노력한다. 이를 위한 의사결정 과정에 대한 연구가 이루어지던 가운데 해석수준이론에 착안하여 사람들은 행동을 하기까지 시간적 거리가 얼마나 남아있는지에 따라 문제를 접근하고 판단하는 방식에 차이를 보인다는 결론이 도출된 것이다(Kim & John, 2008). 즉, 유사한 특징 및 속성을 가진 사건이나 사물에 관해서도 시간의 영향으로 인해 다른 의사결정과정을 거칠 수 있다는 것이다(Trope & Liberman, 2003).

선행연구에 따르면, 시간적 거리를 설명하기 위해 두 가지 요인을 제시하였는데 이는 크게 본질적 욕구 요인(Desirability)와 실행적 과정 요인(Feasibility)로 구분된다(Liberman & Trope, 1998). 본질적 욕구 요인은 어떤 행동의 결과물에 가치를 두는 것을 의미하며, 실행적 과정 요인은 그 결과물을 얻기까지의 과정이나 동원되는 수단에 가치를 두는 것을 의미한다. 또한 본질적 욕구는 상위 수준의 해석을 기반으로 하는 반면, 실행적 과정 요인은 하위수준의 해석을 기반으로 한다.

2. 시간적 거리감에 대한 선행 연구

해석수준이론에 착안한 시간적 거리의 효과를 검증하는 연구는 다양한 분야에 걸쳐 이루어져 왔다. 대표적으로 Castano, Sujan, Kacker와 Sujan(2008)는 출시예정인 제품을 앞두고 먼 미래에 신제품이 출시될 때와 가까운 미래에서 신제품이 출시될 때에 소비자들이 느끼고 있는 불확실성이 어떤 부분에서 부각되어 나타나는가에 대한 연구를 진행하였다. 연구 결과 신제품이 먼 미래에 출시되는 경우 소비자들은 제품 구입을 위해 부담해야 하는 비용보다는 제품을 구매함으로써 얻을 수 있는 혜택에 대한 불확실성에 집중하는 경향이 나타난 반면, 가까운 미래에 출시되는 제품의 경우 제품에 대한 혜택보다는 부담해야 하는 비용에 집중하는 경향을 보였다. 다시 말해, 먼 미래일수록 대상 또는 사건에 대한 본질적 욕구 요인이 중요하게 작용한다고 할 수 있으며, 가까운 미래일수록 실행적 과정 요인이 중요하게 작용한다고 할 수 있다.

또한 Thoma, Chandran와 Trope(2006)의 연구에 따르면 실행적 과정 요인의 성향이 강한 판매촉진은 가까운 미래에서는 긍정적인 역할을 하지만 먼 미래에서는 별다른 영향을 미치지 못하는 것을 발견하였다. 비슷한 사례로 Bornemann과 Homburg(2011)의 연구에서는 가격의 이중적인 역할에 따른 구매의사결정에 관한 연구를 실행하였는데 먼 미래에는 가격의 제품이 높을수록 품질을 높게 평가하여 제품평가에 긍정적인 영향을 미쳤지만 가까운 미래에서는 가격이 높은 제품에 대한 부정적인 평가가 내려졌다.

Liberman와 Trope(1998)는 실험참가자들에게 소설과 유사한 사건이 먼 미래(1년 후) 또는 가까운 미래(내일)에 발생한다는 가상의 시나리오를 제시하고 이에 따른 반응을 측정·비교하는 연구를 실시하였다. 이에 대한 결과로 먼 미래에 발생할 것이라는 시나리오를 받은 참가자들은 사고력과 관련 상위 수준의 해석에 중점을 두고 실험에 임한 반면, 가까운 미래에 발생할 것이라는 시나리오를 받은 참가자들은 시나리오를 정독해

야 한다는 부담감과 같은 과정에 중점을 두고 실험에 임한다는 것이 나타났다.

세부적으로는 시간적 거리를 의도와 연관시킨 선행연구도 존재한다. 대표적으로 Eyal, Sagristano, Trope, Liberman과 Chaiken(2009)은 가치와 행동의도를 시간적 거리와 연관시켜 연구를 진행하였는데, 연구결과 가까운 미래 상황보다 먼 미래의 상황에서 가치와 행동의도 사이에 높은 상관성이 있는 것으로 나타났다. 먼 미래의 상황에서는 가치가 행동의도에 미치는 영향력이 상대적으로 높게 측정되었는데 이는 시간적 거리가 멀수록 가치가 행동의도에 미치는 중요도가 높다는 것을 검증했다고 볼 수 있다.

시간적 거리를 적용한 국내 연구들을 살펴보면 상위 수준의 메시지와 하위 수준의 메시지를 소비자에게 전달하여 시간에 따른 반응을 측정한 연구가 있다. 먼저 스피커 판매를 목적으로 한 광고에서 소비자는 먼 미래 상황에서 목적과 관련된 상위 수준의 메시지(음질)에 집중한 반면, 가까운 미래 상황에서는 목적과 관련이 적은 하위 수준의 메시지(색상, 디자인)에 집중하는 경향을 보였다(이병관, 안은미, 2010). 이지은과 유동호(2011)의 연구에서는 시간적 거리에 따라 가격할인이 구매의도에 미치는 영향력을 측정하였다. 실험 결과, 먼 미래에서는 가격할인이 구매의도에 유의한 영향을 미치지 않은 반면, 가까운 미래에서는 가격할인이 상당한 영향을 미쳐 구매의도를 증가시켰다. 가격할인은 제품 구매에 있어 실행적 과정 요인의 성질을 가지고 있어 가까운 미래 상황일수록 큰 영향을 미친다는 것을 지지하였다고 볼 수 있다. 또한 Kim과 Zhang(2008)은 소비자가 제품을 평가하는 할 시간적 거리에 따라 해석수준이 어떻게 영향을 미치는지를 검증하는 연구를 진행하였다. 연구 결과 먼 미래 상황에서는 추상적인 상위수준의 해석이 강하게 나타났고, 가까운 미래 상황에서는 구체적인 하위수준의 해석이 상대적으로 강하게 나타나는 것으로 나타나 시간적 거리에 따라 다른 수준의 해석을 한다는 것을 밝혀냈다.

위에서 나타난 선행연구들의 결과를 종합에 보면 동일한 사건 또는

대상일지라도 시간적 거리에 따라 다른 해석이 나온다는 것을 알 수 있다. 시간적 거리에 따른 해석수준의 차이가 소비자의 의도에 유의한 영향을 미치는 만큼 이를 스포츠관람에 적용하여 연구를 진행한다면 유의한 결과를 도출할 수 있을 것으로 판단된다.

제 3절 본질적 욕구와 실행적 과정

1. 본질적 욕구의 개념과 요인

1) 본질적 욕구의 개념

해석수준이론에서 본질적 욕구는 특정 행동을 실행하는 것에 대한 최종적인 가치를 나타낸다. 인간이 특정한 행동을 실행하는데 있어서 목적이 존재하기 마련인데 본질적 욕구는 목적을 이루는 과정에 대한 요소보다는 목적에 대한 가치와 관련된 부분을 지칭한다. 이는 해석수준이론의 본질적 욕구는 상위 수준의 해석에 해당되는데 추상적이고, 단순하며, 핵심적이고, 목적에 중점을 두는 요인들이다.

스포츠 관람에 있어서 본질적 욕구 요인은 스포츠를 관람함으로써 얻는 가치라고 할 수 있다. 성취, 즐거움, 일상탈출, 동반자의 요인은 스포츠를 관람함으로써 얻고자 하는 목적이며, 추상적인 요인이라고 할 수 있다. 이는 스포츠 관람이 관람자에게 가져다 줄 수 있는 가장 주요한 요인이라고 할 수 있다.

2) 본질적 욕구의 요인

각 요인이 가지는 성질을 바탕으로 성취, 즐거움, 일상탈출, 미학적 요인을 본질적 욕구 요인으로 분류하였다.

(1) 성취

성취란 자신의 행동을 통하여 추구하던 바가 실현되기를 바라는 욕구이다. Burton과 Jackson(1989)는 성취를 자신이 행하고 있는 행동을 통하여 추구하던 바를 실현하거나 달성하였을 때 드는 기분이라고 정의하였다. 또한 개인의 행동을 통하여 이루고자하는 목적을 달성하였을 때 느끼는 감정 상태를 나타내기도 한다(Fisher & Specht, 1999).

스포츠 경기에 성취의 개념을 적용하면 경기를 관람 할 때 응원하는 팀이 이기거나 만족스러운 경기력을 선보일 때 느끼는 감정으로 자랑스러움, 보람, 자부심을 느끼고자 하는 욕구를 충족해 주는 요인이다.

(2) 즐거움

즐거움이란 좋아하는 행동 또는 행위를 통하여 기쁨이나 행복감을 얻으려는 욕구이다. 스포츠 경기관람은 개인이 좋아하는 행동을 하는 것으로 즐거운 감정으로 전환시켜주기에 적합하다. 스포츠 경기관람은 다양한 볼거리로 인해 유쾌함, 신남, 재미를 느끼며 기분이 좋아질 가능성이 높기 때문이다. 본 연구에서 참고한 즐거움의 정의는 다음의 표 2-4와 같다.

표 2-4

본 연구에 참고한 즐거움의 정의

연구자	정 의
Scanla & Simmons(1992)	기쁨, 좋아함, 재미있음 같은 흥분되고 신나는 기분을 일컫는 경험 또는 체험
Wankel & Sefton(1989)	활기와 같은 감정과 연관된 긍정적 태도
Wankel(1993)	긍정적인 정서나 감정 상태
Kimiecik & Harris(1996)	본질적인 자신의 목적을 위해서 수행하도록 하고 긍정적인 감정 상태로 이끄는 최적의 심리 상태

(3) 일상탈출

일상탈출은 날마다 반복되는 생활에서 벗어나고자 하는 욕구이다. Smith(1998)는 일상탈출을 반복되는 일상에서 벗어나고자 하는 욕구로 정의하였다. 또한 불만족스럽거나 지루한 일상을 잠시 잊게 해주는 체험의 개념으로 사용되기도 한다(Lever & Wheeler, 1984). 다시 말해 일상탈출의 개념은 현실도피를 경험하는 상태로 인식될 수 있다.

스포츠 경기를 관람함으로써 반복되는 일상을 잠시 잊게 해 줄 수 있고 이는 스트레스를 해소시키는 역할을 한다. 이는 다른 세계로 온 기분을 들게 함으로써 편안한 마음을 가질 수 있게 해준다는 점에서 영향력 있는 요인이라고 할 수 있다.

(4) 미학적 요인

미학적 요인은 경기 및 선수들의 플레이에서 나오는 아름다움과 뛰어남을 느끼려는 욕구이다. Lopez(2009)는 미학을 아름다움 또는 우수함에 대한 감상이라고 정의하였는데, 이는 스포츠 경기의 승패여부를 떠나 경기 자체의 자연스러운 아름다움과 선수들의 뛰어난 플레이를 감상하며 스포츠경기의 매력을 느끼는 현상이다. 흔히 문학작품이나 연극 감상을 감상할 때 해당 작품을 평가하기보다는 그 자체의 뛰어남에서 아름다움 또는 우아함을 느끼는 것과 유사한 맥락으로 볼 수 있다.

또한 예술은 극적인 요소를 내포하고 있는데 스포츠경기 역시 막판승부와 같은 극적인 요소를 내포하고 있기 때문에 유사한 개념으로 볼 수 있다(김청훈, 이광호, 빙원철, 2007). 미학적 요인은 스포츠를 넘어 예술 관련 분야 전반에 적용되기 때문에 다양한 정의를 내릴 수 있다. 본 연구에서 참고한 미학적 요인의 정의는 다음의 표 2-5와 같다.

표 2-5

본 연구에 참고한 미학적 요인의 정의

연구자	정 의
Lopez(2009)	아름다움 또는 우수함에 대한 감상 또는 감사
이정학(2000)	문학작품이나 연극 같은 영역처럼 인간의 내면적 감정의 부분을 정화시키는 요소
이인, 함지선(2015)	수행자의 기술이나 탁월한 기법을 통해 심미적인 요소가 발현되는 것
김정훈, 이광호, 빙원철(2007)	예술과 같이 극적인 요소를 내포하고 있고 이를 감지하는 현상

2. 실행적 과정의 개념과 요인

1) 실행적 과정의 개념

해석수준이론에서 실행적 과정은 특정 행동에 의한 결과에 이르기까지의 과정이나 수단적인 요인을 의미한다. 특정 목적을 이루기까지 고려해야하는 요인들이 있는데 실행적 과정은 이러한 요인들과 관련성이 깊다. 해석수준이론에서 실행적 과정은 구체적이고, 복잡하며, 표면적이고 목적과 직접적으로 관련되지 않는 요인들을 지칭한다.

스포츠관람에 있어서 실행적 과정의 요인은 스포츠관람이 이루어지기까지 필요한 과정이나 수단에 연관된 요인들이다. 경기관람에 드는 비용, 관람을 위한 경기장으로의 접근성, 관람이라는 여가를 함께 즐기기 위한 동반자, 관람을 위해 필요한 시간 등이 관람을 위한 과정이자 수단에 관련된 구체적·표면적으로 나타나는 요인들이다. 이 요인들은 관람의 본질적인 목적과는 거리가 멀다고 할 수 있다.

2) 실행적 과정의 요인

각 요인이 가지는 성질을 바탕으로 비용, 접근성, 시간, 동반자를 실행적 과정 욕구 요인으로 분류하였다.

(1) 비용

비용은 경기관람 시 드는 돈에 대한 평가가 경기관람에 미치는 부정적 영향이다. 표면적으로 비용은 경기장에 도달하기 위한 교통비부터 관람하면서 혹은 관람 후 구입하게 되는 식·음료 및 기념품까지 요구되는 지출을 의미한다. 이 중 경기관람에 필수적인 입장권 구입비용의 중요도가 가장 높다고 할 수 있다(임운학, 2006). 심리학적으로 비용은 투자 대비 얻을 수 있는 이익이 비효율적이라고 판단하는 것으로 정의하고 있는데 이는 부정적인 의미를 내포하고 있다고 볼 수 있다(Houston & Rothschild, 1978).

2007년 발간된 문화관광부 여가백서에 의하면, 비용에 부담을 느껴 여가생활을 시작하지 못한다는 응답이 38.8%에 달하는데 이는 비용이 스포츠관람에 미치는 영향을 간접적으로 살펴볼 수 있는 자료이다. 또한 최근 각 구단의 관람 스포츠 활성화를 위하여 인하정책을 시행하고 있는데 이 또한 눈여겨 볼 필요가 있다(임운학 2005).

(2) 접근성

접근성은 경기장에 가기 용이하다고 느끼는 정도이다. 접근성은 경기장의 위치, 경기장에 가는데 소요되는 시간, 대중교통 및 주차의 편의성, 그리고 경기장 출입용이성 관람의 요소를 모두 포함하고 있다.

Biner(1992)에 의하면 이러한 경기장의 지리적인 위치, 교통수단, 주차시설의 효과성 및 출입의 용이성은 관중의 즐거움을 강화시키거나 감소시키는 요인으로 작용한다. 특히 관람의 접근성은 경기관람의 실망감과 불쾌감에 영향을 미치는 요인으로, 경기관람을 결정하는데 직·간접적인 관련성이 있다고 밝혀졌다(Casper, Kanters & James, 2009)

(3) 시간요인

시간요인은 경기 관람에 필요한 시간이 경기관람에 미치는 영향이다. 스포츠 경기관람은 자유시간에 수행되는 자발적인 활동이기 때문에 일과는 대조되는 개념이다. 즉, 일하는 시간, 잠자는 시간, 그리고 기초생활에 있어 필수적인 시간을 제외하고도 남는 시간이 존재할 때만 스포츠 경기관람이 가능한 것이다(Berger, 1962).

시간요인의 개념은 단순히 경기지속시간 만큼의 시간적 여유의 존재 여부를 나타내는 것이 아니다. 우선 개인이 경기를 관람하기 위한 시간적 여유가 있어 실질적인 시간을 투자할 심적 여유가 있는지 여부가 중요한 요인으로 작용한다.

(4) 동반자

동반자는 친구나 가족이 경기관람에 미치는 영향이다. 사회적 동물인 인간은 특정 활동을 할 때 혼자보다는 누군가와 함께 하려는 경향이 있다. 스포츠형 라이프스타일을 가진 사람의 경우 스포츠 관련 활동 자체를 사교의 장으로 생각하기에 동반자는 경기관람에 있어 중요한 요인으로 작용한다고 할 수 있다(Plummer, 1971).

또한 이영덕(1999)에 의하면 동반자는 스포츠를 소비하는데 영향을 미치는 요인일 뿐만 아니라 사회화의 매개역할을 수행한다고 하였다. 다시 말해, 동반자는 경기관람 여부결정 자체에 영향을 주는 요인으로 작용한다고 볼 수 있다.

제 4절 관람의도

선행연구에서 행동의도는 실제행동과 높은 상관관계를 가지는 등 밀접한 상관관계를 가진다고 밝혀졌다(Fishbein, 1980). 여기서 의도는 미래에 이루어질 행동을 계획하는 신념 또는 태도가 행위로 옮겨지는 지표를 활용될 수 있다(Engel & Blackwell, 1982). 이는 개인이 인식하고 있는 주관적인 상태이며 행위로 옮기고자 하는 개인의 태도와 실제행동 사이의 매개 역할을 한다. 그러므로 소비자의 의도를 파악하는 것은 실제 행동여부를 예측하는데 유용한 요소로 활용할 수 있다(Fishbein & Ajzen, 1985).

스포츠 분야에서 의도는 스포츠와 관련이 있는 상품이나 서비스를 구매하거나 참여하려는 소비자들의 의사로 표현할 수 있다. 특히 야구, 농구, 축구와 같은 관람스포츠에서 스포츠를 관람할 의사를 묻는 것은 소비를 유도한다는 차원에서 중요한 의미를 가진다. 다시 말해, Fishbein과 Ajzen(1985)의 연구를 비추어볼 때 관람의사는 실제 관람행동으로 연결될 확률이 매우 높다는 점에서 중요한 변수인 것이다.

스포츠 분야 뿐 아니라 일반 마케팅 분야에서도 구매의도를 중심으로 한 의도에 관련된 연구는 활발하게 진행되어 왔다. 마케팅 분야에서 소비자의 구매의도는 기업의 이익과 밀접한 연관성이 있는데, 이는 높은 만족도를 바탕으로 한 높은 구매의도는 제품구매 또는 서비스 소비로 연결되기 때문이다(Dick & Basu, 1994). 결론적으로, 소비자가 관람을 실제 행동으로 옮길 것인가를 예측하기 위하여 관람의도를 파악하는 것은 매우 중요하다고 할 수 있다.

제 5절 연구모형 및 가설

1) 연구모형

본 연구에서는 관람일로부터 시간적 거리에 따라 관람의 본질적 욕구와 실행적 과정의 요인들이 소비자들의 관람의도에 미치는 영향이 달라질 것이라고 예상하였다. 선행 연구에서는 먼 미래에서는 본질적 욕구 요인이, 가까운 미래에서는 실행적 과정 요인이 두드러지게 나타난다고 하였으나, 시간적 거리에 따라 각 요인들이 관람의도에 미치는 영향에 관한 연구는 미비한 만큼 이를 규명하기 위해 아래 그림 2-1과 같은 연구 모형을 설정하였다.

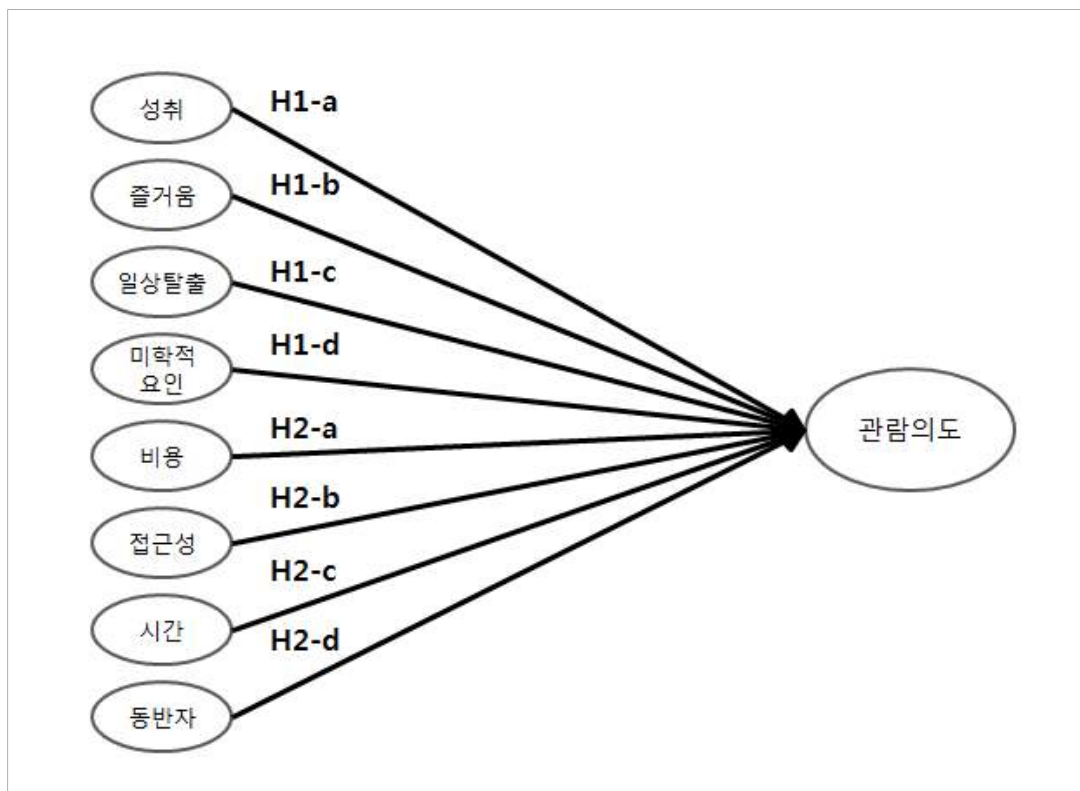


그림 2-1. 연구모형

2) 연구가설

(1) 관람일로부터 시간적 거리에 따라 본질적 욕구가 관람의도에 미치는 영향

해석수준의 시간적 거리를 살펴보면 먼 미래의 경우 어떤 행동에 대한 목적이나 결과에 비중을 두어 결정을 내린다. 이는 추상적이고 단순하며 핵심적인 가치에 기반이 있다(Trope & Liberman et al, 2000). 따라서 먼 미래상황에서 본질적 욕구 결정요인들의 영향이 상대적으로 크게 나타나고 가까운 미래로 갈수록 작아질 것이라고 유추할 수 있다. 이러한 배경을 바탕으로 다음의 연구 가설을 설정하였다.

H1-a: 성취 요인이 관람의도에 미치는 영향은 관람일로부터 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 작아질 것이다.

H1-b: 즐거움 요인이 관람의도에 미치는 영향은 관람일로부터 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 작아질 것이다.

H1-c: 일상탈출 요인이 관람의도에 미치는 영향은 관람일로부터 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 작아질 것이다.

H1-d: 미학적 요인이 관람의도에 미치는 영향은 관람일로부터 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 작아질 것이다.

(2) 관람일로부터 시간적 거리에 따라 실행적 과정이 관람의도에 미치는 영향

해석수준의 시간적 거리에 의하면 가까운 미래의 경우 결과에 이르기까지의 과정이나 수단에 비중을 두어 결정을 내린다. 또한 구체적이고 표면적으로 나타나며 핵심적인 목적과 직접적으로 관련되지 않은 요인에 기반을 둔다(Zhao, Hoeffler & Zauberman, 2007). 따라서 먼 미래상황에서 실행적 과정 결정요인들의 영향이 상대적으로 작게 나타나고 가까운 미래로 갈수록 커질 것이라고 유추할 수 있다. 이러한 배경을 바탕으로 다음의 연구 가설을 설정하였다.

H2-a: 비용 요인이 관람의도에 미치는 영향은 관람일로부터 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 커질 것이다.

H2-b: 접근성 요인이 관람의도에 미치는 영향은 관람일로부터 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 커질 것이다.

H2-c: 동반자 요인이 관람의도에 미치는 영향은 관람일로부터 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 커질 것이다.

H2-d: 시간 요인이 관람의도에 미치는 영향은 관람일로부터 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 커질 것이다.

제 3 장 연구방법

1. 연구대상

본 연구는 관람일로부터 시간적 거리에 따라 관람의 결정요인들이 관람의도에 미치는 영향이 어떻게 변화하는가를 규명하고자 한다. 이를 바탕으로 시기별로 효과적인 마케팅을 진행하여 관람의도를 증가시켜 최종적으로는 스포츠 팀 또는 구단의 수익을 증대시키는 것이 목적이라고 할 수 있다. 따라서 이와 같은 목적을 달성하기 위해 스포츠 관람 경험을 가지고 있는 스포츠팬들을 중심으로 설문을 진행하였다.

설문 조사는 2017년 9월 말부터 10월 초까지 진행할 하였으며, 스포츠 관람경험이 있는 20대 이상 남녀를 대상으로 실시하였다. 미성년자의 경우 대부분 소득이 없기 때문에 경제적 관념이 부족하여 특정 요인에 대한 응답이 어려울 것으로 판단하여 설문대상에서 제외하였다. 또한 일회성의 스포츠관람 경험만이 있는 사람들을 대상으로 설문을 할 경우 스포츠관람 요인에 대한 인식 자체가 부재할 수 있어 연 최소 1회 이상 스포츠 경기를 관람하는 팬들을 대상으로 설문을 진행하였다. 마지막으로 본 연구에서 설정한 종목에 맞게 프로야구 관람자들을 대상으로 진행하였다. 연구 목적 자체가 관람결정요인들이 관람의도 미치는 상대적인 영향력을 검증하는 것이기 때문에 설문대상자들에게 나타나는 관람빈도의 차이는 중요하지 않은 요소로 판단하였다.

취합된 설문지는 총 376부 중 불성실응답 설문 26개를 제외하여 총 350부의 설문을 최종 분석에 활용하는데, 동일한 설문대상자에게 먼 미래와 가까운 미래 경기에 대한 설문문항을 제공할 경우 일관된 응답을 할 가능성이 높기에 두 집단으로 분리하여 설문을 진행하였다. 분석에 사용된 각 집단의 설문대상자들의 인구 통계학적 특성을 살펴보면 다음과 같다.

우선 먼 미래 집단 175명의 분포는 남녀 각각 70.3%, 29.7%로 나타났다, 연령별 분포는 20대 61.1%, 30대 30.3%, 40대 8.0%, 50대 0.6% 순으로 나타났다. 학력별 분포는 고졸 4.6%, 대학교 재학 28.6%, 대학교 졸업 39.4%, 대학원 재학 15.4%, 대학원 졸업 12.0%로 나타났다. 마지막으로 연간 관람횟수는 1~3회가 34.3%, 4~6회 37.7%, 7~9회 이상이 17.1% 10회 이상이 10.9%로 나타났다. 자세한 인구통계학적 특성은 표 3-1과 같다. 가까운 미래 집단 175명의 분포는 남녀 각각 68.0%, 32.0%로 나타났다, 연령별 분포는 20대 53.1%, 30대 34.3%, 40대 12.0%, 50대 0.6% 순으로 나타났다. 학력별 분포는 고졸 0.6%, 대학교 재학 25.1%, 대학교 졸업 49.7%, 대학원 재학 16.6%, 대학원 졸업 8.0%로 나타났다. 마지막으로 연간 관람횟수는 1~3회가 30.3%, 4~6회 41.1%, 7~9회 이상이 18.3% 10회 이상이 10.3%로 나타났다. 자세한 인구통계학적 특성은 표 3-1과 표 3-2와 같다.

표 3-1

먼 미래 집단 연구대상자의 인구통계학적 특성

특성	구분	빈도	백분율(%)
성별	남자	123	70.3
	여자	52	29.7
연령대	20대	107	61.1
	30대	53	30.3
	40대	14	8.0
	50대 이상	1	0.6
학력수준	고등학교 졸업	8	4.6
	대학교 재학	50	28.6
	대학교 졸업	69	39.4
	대학원 재학	27	15.4
	대학원 졸업	21	12.0
연간 관람횟수	1~3회	60	34.3
	4~6회	66	37.7
	7~9회	30	17.1
	10회 이상	19	10.9

표 3-2

가까운 미래 집단 연구대상자의 인구통계학적 특성

특성	구분	빈도	백분율(%)
성별	남자	119	68.0
	여자	56	32.0
연령대	20대	93	53.1
	30대	60	34.3
	40대	21	12.0
	50대 이상	1	0.6
학력수준	고등학교 졸업	1	0.6
	대학교 재학	44	25.1
	대학교 졸업	87	49.7
	대학원 재학	29	16.6
	대학원 졸업	14	8.0
연간 관람횟수	1~3회	53	30.3
	4~6회	72	41.1
	7~9회	32	18.3
	10회 이상	18	10.3

2. 조사도구

본 연구에서는 관람일로부터 시간적 거리에 따라 관람의 본질적 욕구와 실행적 과정 요인이 관람의도에 어떠한 영향을 미치는지를 검증하기 위해 설문지를 사용하였다. 설문은 먼 미래 경기에 대해 응답하는 집단과 가까운 미래 경기에 대해 응답하는 집단으로 나누어 각각 188명에게 배부하였다. 배부 시, 야구에 대한 지식이나 관심이 없거나, 최소 연 1회의 프로야구경기를 정기적으로 관람하지 않는다고 응답한 사람은 설문대상자에서 제외하였다.

우선 먼 미래 경기의 경우 플레이오프 진출이 확정된 팀 위주로 가상의 경기를 설정하여 관람의도를 측정하였고, 가까운 미래 경기의 경우 실제 설문일 기준 1~2일 후에 있을 실제경기로 설정하여 관람의도를 측정하였다. 경기관람요인은 8개 요인, 총 40문항, 7점 척도로 구성하였고, 관람의도의 경우 7점 척도를 활용하여 측정하였다. 7점 척도는 ‘전혀 그렇지 않다(1점)’부터 ‘매우 그렇다(7점)’으로 응답하도록 설계하였다. 관람결정요인을 측정하기 위한 측정도구는 표 3-3과 표3 3-4와 같다.

표 3-3

본질적 욕구 요인의 측정도구

요인	설문 문항
성취	1) 해당 경기에서 응원하는 팀이 이길 경우 성취감을 느낄 것이다
	2) 해당 경기에서 응원하는 팀이 이길 경우 자랑스러울 것이다
	3) 해당 경기에서 응원하는 팀이 이길 경우 보람찰 것이다
	4) 해당 경기에서 응원하는 팀이 이길 경우 자부심을 느낄 것이다
	5) 해당 경기에서 응원하는 팀이 이길 경우 내가 이기는 것처럼 느낄 것이다
즐거움	1) 해당 경기를 관람하면 기분이 좋아질 것이다
	2) 해당 경기를 관람하면 유쾌할 것이다
	3) 해당 경기를 관람하면 재미있을 것이다
	4) 해당 경기에는 흥미로운 볼거리가 있을 것이다
	5) 해당 경기를 관람하면 신날 것이다
일상탈출	1) 해당 경기 관람은 나의 일상을 잠시 잊게 해줄 것이다
	2) 해당 경기 관람은 스트레스를 해소시켜 줄 것이다
	3) 해당 경기 관람하면 다른 세계에 온 기분이 들 것이다
	4) 해당 경기를 관람하면 시간이 멈추는 느낌이 들 것이다
	5) 해당 경기를 관람하는 동안 마음이 편안할 것이다
미학	1) 해당 경기 자체에 매력이 있다
	2) 해당 경기 자체는 자연스럽고 아름답다
	3) 해당 경기의 극적인 요소가 즐겁다
	4) 해당 경기는 우아하다
	5) 해당 경기 선수들의 플레이는 뛰어나다

표 3-4

실행적 과정 요인의 측정도구

요인	설문 문항
비용	1) 해당 경기 관람을 위한 입장료는 부담스럽다
	2) 해당 경기 관람 시 경기장 식·음료 가격은 부담스럽다
	3) 해당 경기에서 기념품 구입비는 부담스럽다
	4) 해당 경기를 관람하기 위한 이동경비는 부담스럽다
	5) 해당 경기의 관람비용은 부담스럽다
접근성	1) 해당 경기의 경기장 위치는 관람에 영향을 미친다
	2) 해당 경기의 경기장에 가는데 소요되는 시간은 관람에 영향을 미친다
	3) 해당 경기의 대중교통 편의성은 관람에 영향을 미친다
	4) 해당 경기의 주차 편의성은 관람에 영향을 미친다
	5) 해당 경기의 경기장 출입용이성은 관람에 영향을 미친다
시간	1) 해당 경기를 관람하기 위해 시간을 내는 것은 어렵다
	2) 해당 경기의 관람시간을 맞추는 것은 어렵다
	3) 해당 경기를 관람하기 위한 시간적 여유가 없다
	4) 해당 경기 관람을 즐길 휴일이 부족하다
	5) 해당 경기에 시간을 투자하는 것은 부담스럽다
동반자	1) 해당 경기를 함께 관람할 친구가 있어야한다
	2) 해당 경기를 가족과 함께 관람해야한다
	3) 해당 경기를 혼자 관람하고 싶지 않다
	4) 해당 경기를 누군가와 함께 관람해야한다
	5) 해당 경기는 사교의 장이다

3. 자료처리방법

본 연구에서는 연구 가설을 검정하기 위하여 IBM SPSS 21.0과 AMOS 21.0을 사용하였으며, 기술통계분석, 신뢰도 및 타당성 검증, 다중집단 확인적 요인분석, 그리고 구조방정식 모형검증을 통한 다중집단 경로계수 및 집단 간 경로제약 검증을 실시하였다.

1) 기술통계분석

본 연구의 참여자들에 대한 기초적인 인구통계학적 정보를 알아보기 위해 빈도 분석을 실시하였고, 수집된 자료의 기본적인 특징을 알아보기 위해 기술통계분석을 실시하였다.

2) 신뢰도분석

본 연구에서는 측정도구의 정확성과 정밀성을 나타내는 신뢰도 파악을 위해 Cronbach's α 값을 사용할 예정이다. 이는 각 검사문항 간의 내적 일치도를 추정하여 검증하는 방법으로써, 신뢰도 평가를 위해 가장 보편적으로 사용되고 있는 방법이다. 신뢰도의 기준은 학자에 따라 다르게 해석하는 경향이 있는데, 학자에 따라 0.7 이상이어야 신뢰도가 있다고 보기도 하고, 경우에 따라 0.6 이상이면 된다고 주장하기도 한다(이군희, 2015; 노경섭, 2015). 보통 사회과학연구에서 많이 사용되는 기준값은 0.7이기 때문에, 본 연구에서는 신뢰도가 0.7을 기준으로 신뢰도를 평가하였다.

3) 타당도 및 다중집단 확인적 요인분석 분석

신뢰도 분석이 문항 간 내적 일치의 정도를 통해 특정한 개념을 측정하는데 있어 적절한 척도임을 확인하는 것이라면, 타당도 분석은 측정도

구가 연구목적에 적합한 측정을 실행하고 있는지를 확인하는 것이다. 따라서 본 연구에서는 구조방정식 분석에 앞서 모형에 사용되는 각 변인별 측정 도구의 타당성(Validity)을 검증하기 위하여 집중타당성 검증을 실시하였다.

또한 두 집단의 측정동일성을 검증하기 위해 다중집단 확인적 요인분석(Multiple-group Confirmatory Factor Analysis)을 실시하였는데, 다중집단 확인적 요인분석은 집단 간 교차타당성(Cross Validation)을 확인하기 위한 검증방법으로 모집단으로부터 추출한 결과와 같은 모집단으로부터 추출한 두 개의 다른 집단이 추출한 결과 문항이 동질한지를 확인하는 검증방법이다(우종필, 2016).

4) 구조방정식 모형검증

본 연구에서는 시간적 거리에 따라 본질적 욕구와 실행적 과정의 관람결정요인들이 관람의도에 미치는 영향력을 검증하기 위하여 구조방정식 모형(SEM: Structural Equation Modeling)을 실시하였다. 구조방정식 모형은 연구자가 미리 설정해 놓은 가설을 바탕으로 수립된 연구 모형을 분석하는 방법인데 본 연구에서는 두 집단을 비교해야하는 만큼 다중집단 경로분석(Multiple-group Path Analysis)을 사용하였다. 또한 각 경로간의 유의한 차이가 통계적으로 존재하는지를 검증하기 위해 집단 간 경로의 제약모델과 비제약모델을 비교분석할 예정이다.

제 4 장 연구결과

제 1 절 측정변인 기술통계 분석 결과

본 연구에서 수집된 자료의 특성을 알아보기 위하여 먼 미래 집단과 가까운 미래 집단에 대한 기술통계 분석을 실시하여 평균 및 표준편차를 분석하였다. 본 분석에 사용된 변인은 성취, 즐거움, 일상탈출, 미학, 비용, 접근성, 시간, 동반자 요인이다. 본질적 욕구와 실행적 과정에 대한 변인 모두 먼 미래 집단과 가까운 미래 집단으로 나누어 기술통계 분석을 실시하였다. 각 집단에 대한 분석 결과는 아래 제시된 표 4-1과 4-2와 같다.

표 4-1

먼 미래 집단의 기술통계 분석 결과

변인	문항	최소	최대	평균	표준편차
성취	성취1	2.0	7.0	4.669	1.3191
	성취2	1.0	7.0	4.589	1.2419
	성취3	2.0	7.0	4.623	1.2574
	성취4	2.0	7.0	4.531	1.3339
	성취5	2.0	7.0	4.520	1.2813
즐거움	즐거움1	2.0	7.0	4.686	1.2588
	즐거움2	2.0	7.0	4.611	1.2856
	즐거움3	2.0	7.0	4.686	1.2948
	즐거움4	2.0	7.0	4.594	1.3135
	즐거움5	2.0	7.0	4.754	1.3008
일상탈출	일상탈출1	1.0	7.0	4.446	1.3374
	일상탈출2	1.0	7.0	4.469	1.3637
	일상탈출3	2.0	7.0	4.097	1.3072
	일상탈출4	1.0	7.0	3.977	1.4181
	일상탈출5	1.0	7.0	4.126	1.3114
미학적 요인	미학1	1.0	7.0	4.480	1.2768
	미학2	1.0	7.0	4.343	1.3884
	미학3	2.0	7.0	4.606	1.3257
	미학4	1.0	7.0	4.200	1.3646
	미학5	2.0	7.0	4.440	1.3585
비용	비용1	1.0	7.0	4.434	1.6064
	비용2	1.0	7.0	4.354	1.5238
	비용3	1.0	7.0	4.383	1.5635
	비용4	1.0	7.0	3.743	1.4883
	비용5	1.0	7.0	4.069	1.5521
접근성	접근성1	2.0	7.0	4.549	1.4726
	접근성2	2.0	7.0	4.543	1.4845
	접근성3	2.0	7.0	4.531	1.5040
	접근성4	1.0	7.0	4.343	1.5964
	접근성5	1.0	7.0	4.411	1.4027
시간	시간1	1.0	7.0	4.189	1.5551
	시간2	1.0	7.0	4.114	1.5270
	시간3	1.0	7.0	4.154	1.4987
	시간4	1.0	7.0	4.160	1.5341
	시간5	1.0	7.0	4.149	1.5649
동반자	동반자1	1.0	7.0	4.577	1.4908
	동반자2	1.0	7.0	4.171	1.4200
	동반자3	1.0	7.0	4.474	1.5677
	동반자4	1.0	7.0	4.571	1.5291
	동반자5	1.0	7.0	4.337	1.4326

표 4-2

가까운 미래 집단의 기술통계 분석 결과

변인	문항	최소	최대	평균	표준편차
성취	성취1	1.0	7.0	4.857	1.4212
	성취2	1.0	7.0	4.714	1.4217
	성취3	1.0	7.0	4.731	1.4629
	성취4	1.0	7.0	4.646	1.4701
	성취5	1.0	7.0	4.703	1.5172
즐거움	즐거움1	1.0	7.0	4.760	1.3936
	즐거움2	1.0	7.0	4.726	1.4321
	즐거움3	1.0	7.0	4.783	1.3891
	즐거움4	1.0	7.0	4.811	1.4359
	즐거움5	1.0	7.0	4.800	1.4384
일상탈출	일상탈출1	1.0	7.0	4.663	1.5334
	일상탈출2	1.0	7.0	4.600	1.5200
	일상탈출3	1.0	7.0	4.217	1.4966
	일상탈출4	1.0	7.0	4.006	1.6028
	일상탈출5	1.0	7.0	4.286	1.5119
미학적 요인	미학1	1.0	7.0	4.514	1.4338
	미학2	1.0	7.0	4.269	1.4311
	미학3	1.0	7.0	4.674	1.4312
	미학4	1.0	7.0	4.057	1.5636
	미학5	1.0	7.0	4.651	1.4577
비용	비용1	1.0	7.0	4.120	1.6162
	비용2	1.0	7.0	4.223	1.5762
	비용3	1.0	7.0	4.343	1.8090
	비용4	1.0	7.0	3.583	1.5096
	비용5	1.0	7.0	3.886	1.5457
접근성	접근성1	2.0	7.0	4.554	1.7208
	접근성2	2.0	7.0	4.503	1.6674
	접근성3	2.0	7.0	4.514	1.6947
	접근성4	1.0	7.0	4.291	1.7586
	접근성5	1.0	7.0	4.309	1.6701
시간	시간1	1.0	7.0	4.040	1.6130
	시간2	1.0	7.0	4.023	1.5274
	시간3	1.0	7.0	4.006	1.5920
	시간4	1.0	7.0	4.051	1.6445
	시간5	1.0	7.0	3.914	1.6360
동반자	동반자1	1.0	7.0	4.337	1.7306
	동반자2	1.0	7.0	3.743	1.4883
	동반자3	1.0	7.0	4.274	1.7953
	동반자4	1.0	7.0	4.251	1.7923
	동반자5	1.0	7.0	4.034	1.5643

제 2 절 신뢰도 분석 결과

본 연구의 신뢰도를 분석하기 위해 Cronbach's α 계수를 사용하였다. Cronbach's α 계수의 해석 기준에 대해 학자마다 조금씩 다른 수치를 제공하지만 일반적으로 사회과학연구에서 많이 사용되는 기준값은 Cronbach's α 계수 0.7 이상이다. 본 연구의 각 변인의 Cronbach's α 계수는 .907 ~ .968로 모두 신뢰할만한 수준으로 측정되었다. 본 연구에서 실시한 신뢰도 분석 결과는 표 4-3과 4-4와 같다.

표 4-3

먼 미래 집단의 신뢰도 분석 결과

변인	측정 항목 수	Cronbach's α
성취	5	.954
즐거움	5	.968
일상탈출	5	.926
미학적 요인	5	.929
비용	5	.907
접근성	5	.949
시간	5	.958
동반자	5	.934

표 4-4

가까운 미래 집단의 신뢰도 분석 결과

변인	측정 항목 수	Cronbach's α
성취	5	.966
즐거움	5	.967
일상탈출	5	.938
미학적 요인	5	.930
비용	5	.917
접근성	5	.962
시간	5	.952
동반자	5	.914

제 3 절 타당도 및 다중집단 확인적 요인분석 결과

1. 집중타당도 검증

집중타당도(Convergent Validity)란 한 가지 이상의 방법으로 동일한 개념을 측정할 때 다른 방법끼리 측정한 값에 상관관계가 있어야 한다는 것이다. 즉, 동일한 개념을 측정하기 위한 각 문항들이 서로 일치하는지를 검증하는 방법이다(송지준, 2014).

본 연구에서는 집중타당도를 검증하기 위해 개념신뢰도(CR, Construct Reliability) 값을 사용하였다. 개념신뢰도(CR)는 .7이상이면 적합한 것으로 판단한다(우종필, 2016). 본 연구에서 집중타당도 검증한 결과 개념신뢰도(CR) 값이 .817 ~ .949로 나타나 집중타당도를 확보하였다고 판단할 수 있다. 개념신뢰도를 계산하는 식은 표 4-5와 같다.

표 4-5

개념신뢰도(CR) 산출공식

$$\text{개념신뢰도}(CR) = \frac{(\sum \text{요인부하량})^2}{[(\sum \text{요인부하량})^2 + \text{오차분산의합}]} > .7\text{이상}$$

2. 다중집단 확인적 요인분석

먼 미래와 가까운 미래 집단으로 구별한 두 다중집단에 대한 경로분석을 실시하기 이전에 두 집단이 측정도구를 동등하게 인식하고 있다는 것을 검증하기 위한 측정동일성 분석을 실시하였다. 참고로 측정동일성은 비제약모델과 람다제약모델에 유의한 차이가 없을 경우 지지되는데 여기서 람다제약은 잠재변수와 관측변수 간 경로인 요인부하량을 제한하는 것을 의미한다. 분석 결과 비제약모형과 람다제약모형 사이에 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 결론적으로, 먼 미래와 가까운 미래 두 집단의 측정동일성이 확보되어 다중집단에 대한 경로분석을 실시하는데 문제가 없는 것으로 나타났다. 다중집단의 측정동일성 적합도 지수 비교는 표 4-6과 같다.

표 4-6

다중집단 측정동일성 적합도 지수

MODEL	NPAR	χ^2	df	χ^2/df	유의여부
비 제약모델	296	3772.631	1424	2.649	
λ 제약	264	3802.298	1456	2.611	유의하지 않음
λ, Φ 제약	188	3944.336	1532	2.575	유의함
λ, Φ, Θ 제약	148	4064.262	1572	2.585	유의함

제 4 절 구조방정식 모형 분석결과

본 연구에서 설정한 구조방정식 모형에서는 본질적 욕구와 실행적 과정의 총 8가지 요인인 성취, 즐거움, 일상탈출, 미학적 요인, 비용, 접근성, 시간, 동반자가 관람의도에 영향을 미치는 경로로 구성되어 있다.

1. 구조방정식 모형 적합도 검증

본 연구에서는 사전에 설정한 구조방정식 모형의 적합도를 검증하기 위하여 카이제곱(χ^2), Normed $\chi^2(\chi^2/df)$, TLI, CFI, RMSEA, SRMR 값을 활용하였다. 본 연구에서 사용된 구조방정식 모형의 모형 적합도 지수는 $\chi^2 = 3906.145$, $df = 1488$, $\chi^2/df = 2.625$, TLI = .872, CFI = .858, RMSEA = .068, SRMR = .0710로 나타났다. TLI와 CFI의 경우 일반적으로 적합하다고 제시된 .9에 다소 못 미치지만 해당 지수들은 문항 또는 요인이 많을 시 낮게 측정되는 경향이 있어 적합하다고 판단하였다(Cheung & Rensvold, 2002). 이를 종합적으로 살펴볼 때, 본 연구에서 사용된 연구 모형은 적합한 모형으로 판단할 수 있다. 구조방정식 모형의 적합도 지수와 구조방정식 모형은 표 4-7과 그림 4-1, 그림 4-2와 같다.

표 4-7

구조방정식 모형의 적합도

Chi-square(χ^2)	df	χ^2/df	TLI	CFI	RMSEA	SRMR
3906.145	1488	2.625	.872	.858	.068	.0710

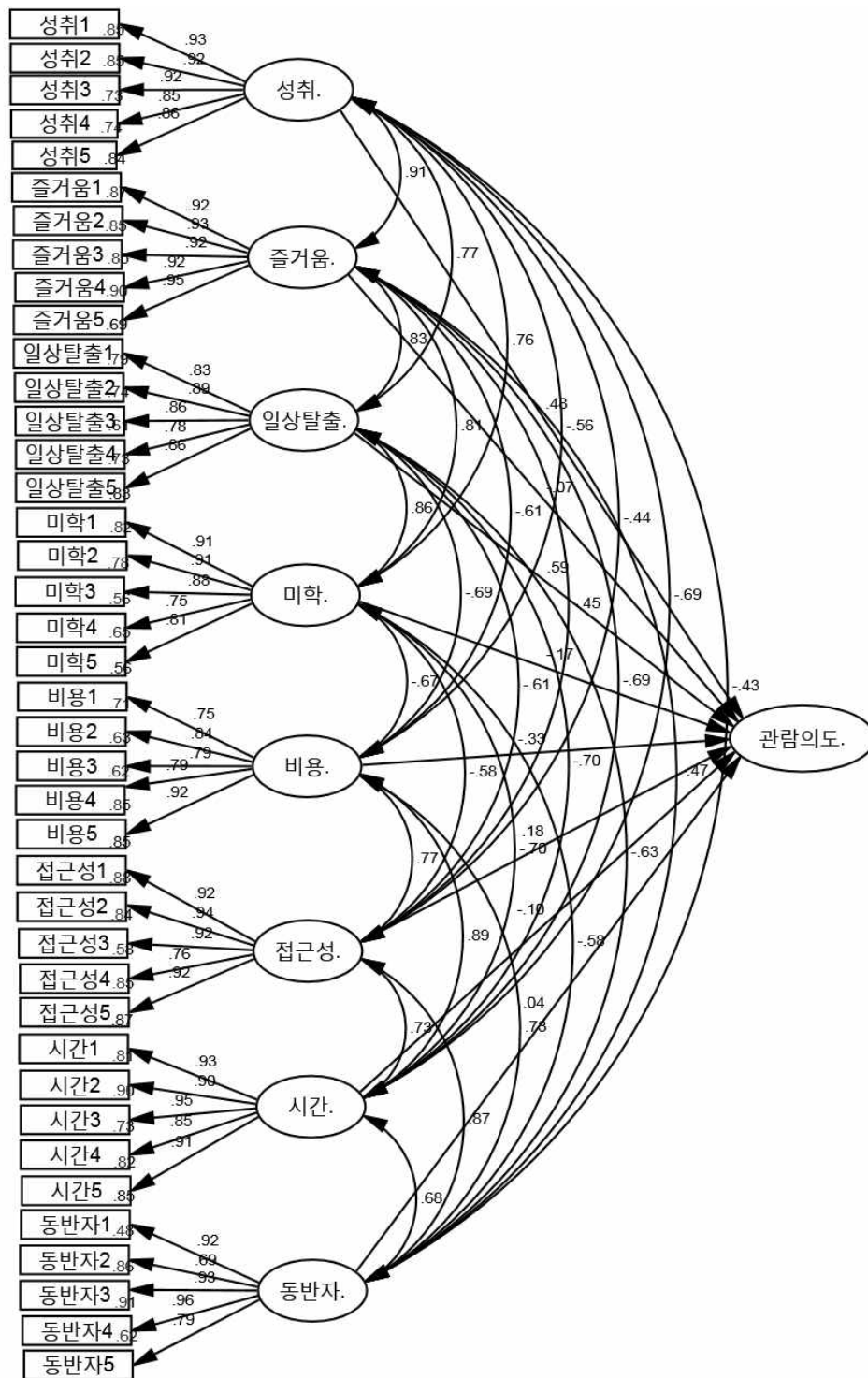


그림 4-1. 먼 미래 집단의 구조방정식 모형

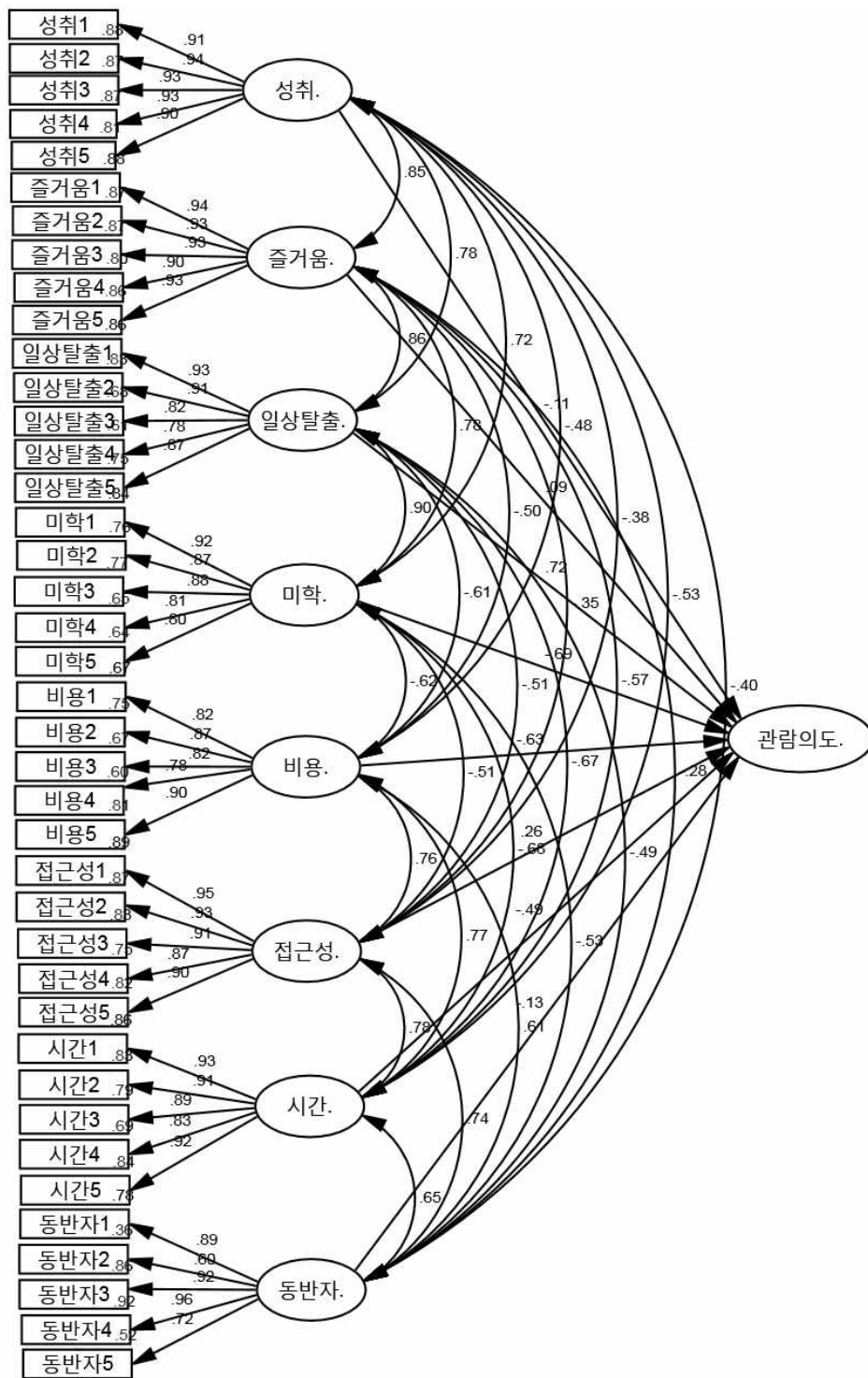


그림 4-2. 가까운 미래 집단의 구조방정식 모형

2. 다중집단 경로계수 검증

본 연구에서는 경로계수를 시간적 거리에 따른 먼 미래와 가까운 미래의 집단 간 영향력을 검증하기 위해 구조방정식 경로계수 분석을 사용하여 표 4-8에 나타낸 것과 같이 표준화경로계수를 추정하였다.

먼 미래 집단의 경우 성취 요인이 관람의도에 미치는 영향력은 $\beta = .484(p < .05)$, 일상탈출 요인이 관람의도에 미치는 영향력은 $\beta = .594(p < .05)$ 로 유의한 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 비용 요인이 관람의도에 미치는 영향력은 $\beta = -.325(p < .05)$ 로 유의한 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가까운 미래 집단의 경우 일상탈출 요인이 관람의도에 미치는 영향력은 $\beta = .718(p < .05)$, 접근성 요인이 관람의도에 미치는 영향력은 $\beta = .256(p < .05)$ 로 유의한 긍정적 영향을 미쳤다. 또한 미학적 요인이 관람의도에 미치는 영향력은 $\beta = -.687(p < .05)$, 비용 요인이 관람의도에 미치는 영향력은 $\beta = -.631(p < .05)$, 시간적 요인이 관람의도에 미치는 영향력은 $\beta = -.491(p < .05)$ 로 유의한 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

반면, 먼 미래 집단의 즐거움, 미학, 접근성, 시간, 동반자 요인과 가까운 미래 집단의 성취, 즐거움, 동반자 요인이 관람의도에 미치는 영향은 유의하지 않은 것으로 나타났다($p < .05$).

표 4-8

연구모형의 표준화 경로계수 및 유의성 검증 결과

가설	경로	먼 미래		가까운 미래	
		경로계수	CR	경로계수	CR
H1-a	성취→관람의도	.484	3.170*	-.106	-.866
H1-b	즐거움→관람의도	-.070	-.413	.089	.607
H1-c	일상탈출→관람의도	.594	4.001*	.718	3.317*
H1-d	미학→관람의도	-.166	-1.349	-.687	-3.911*
H2-a	비용→관람의도	-.325	-2.057*	-.631	-5.626*
H2-b	접근성→관람의도	.180	1.406	.256	2.119*
H2-c	시간→관람의도	-.102	-.645	-.491	-3.979*
H2-d	동반자→관람의도	.041	.354	-.125	-1.237

3. 집단 간 경로제약 검증

시간적 거리에 따른 관람결정요인들이 관람의도에 미치는 영향력이 각 경로별로 유의한 차이가 나는지 검증하기 위하여 다중집단 경로제약을 실시하였다. 비제약모델은 $\chi^2=3906.145$, $df=1488$ 이고, 각 경로를 제약한 후 먼 미래와 가까운 미래 두 집단의 χ^2 차이를 비교하였다. ‘성취→관람의도’, ‘미학→관람의도’, ‘비용→관람의도’, ‘시간→관람의도’ 경로에서 $\Delta\chi^2$ 이 3.84 이상으로 나타나 집단 간 경로 차이가 유의한 것으로 나타났다. 다시 말해, 두 집단에서 나타나는 성취, 미학, 비용, 시간 요인이 관람의도에 미치는 영향력의 차이는 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 경로제약 결과 아래 표 4-9와 같다.

표 4-9

집단 간 경로제약 결과

경로	χ^2	df	χ^2/df	유의여부
비 제약모델	3906.145	1488	2.625	
성취→관람의도	3915.154	1489	2.626	유의함
즐거움→관람의도	3906.568	1489	2.624	유의하지 않음
일상탈출→관람의도	3906.484	1489	2.624	유의하지 않음
미학→관람의도	3913.408	1489	2.628	유의함
비용→관람의도	3910.760	1489	2.626	유의함
접근성→관람의도	3906.377	1489	2.623	유의하지 않음
시간→관람의도	3910.910	1489	2.627	유의함
동반자→관람의도	3907.448	1489	2.624	유의하지 않음

4. 연구가설의 검증

1) H1-a. 성취 요인이 관람의도에 미치는 영향은 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 작아질 것이라는 가설은 지지되었다.

먼 미래의 경로계수는 .483, C.R값 3.170으로 나타나 유의하게 나타났다. 반면, 가까운 미래의 C.R값은 -.866으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 즉, 먼 미래 시점에서 성취 요인이 관람의도에 유의한 영향을 미치지만 가까운 미래 시점에서는 유의한 영향을 미치지 못하기에 가까운 미래일 때 성취 요인의 영향력이 작아졌다고 할 수 있다.

경로제약을 통해 두 집단 간 경로의 $\Delta\chi^2$ 를 비교한 결과 3.84 이상의 차이를 보여 두 집단의 경로 간 차이는 통계적으로 유의하게 나타났다. 결론적으로, 가설 1-a는 지지되었다.

2) H1-b. 즐거움 요인이 관람의도에 미치는 영향은 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 작아질 것이라는 가설은 기각되었다.

먼 미래와 가까운 미래의 경로계수는 각각 -.070, -.080으로 나타났지만 두 미래시점의 C.R값이 각각 -.413, .607로 모두 유의하지 않은 것으로 나타났다. 즉, 먼 미래와 가까운 미래의 즐거움 요인이 관람의도에 미치는 영향력은 유의하지 않다.

경로제약을 통해 두 집단 간 경로의 $\Delta\chi^2$ 를 비교한 결과 3.84 이하의 차이를 보여 두 집단의 경로 간 차이는 통계적으로 유의하지 않게 나타났다. 결론적으로, 가설 1-b는 기각되었다.

3) H1-c. 일상탈출 요인이 관람의도에 미치는 영향은 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 작아질 것이라는 가설은 기각되었다.

먼 미래의 경로계수는 .594, C.R값 4.001로 유의하게 나타났고, 가까운 미래의 경로계수 또한 .718, C.R값 3.317로 유의하게 나타났다. 즉, 일상탈출 요인의 영향력은 가까운 미래 일 때 더 커졌다고 할 수 있는데 이는 본 가설과 상반된 결과이다.

경로제약을 통해 두 집단 간 경로의 $\Delta\chi^2$ 를 비교한 결과 3.84 이상의 차이를 보이지 않아 두 집단의 경로 간 차이는 유의하지 않게 나타났다. 이는 두 집단의 경로계수의 차이가 통계적으로 유의하지 않다는 것을 의미한다. 결론적으로, 가설 1-c는 기각되었다.

4) H1-d. 미학적 요인이 관람의도에 미치는 영향은 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 작아질 것이라는 가설은 기각되었다.

먼 미래의 C.R값은 -1.349로 유의하지 않게 나타났다. 반면, 가까운 미래의 경로계수는 -.687, C.R값은 -3.911로 유의한 것으로 나타났다. 즉, 먼 미래 시점에서 미학적 요인은 관람의도에 유의한 영향을 미치지 못하지만 가까운 미래 시점에서는 유의한 영향을 미치기 때문에 가까운 미래 일 때 접근성 요인의 영향력이 커졌다고 할 수 있다. 이는 가설과 상반된 결과이다.

경로제약을 통해 두 집단 간 경로의 $\Delta\chi^2$ 를 비교한 결과 3.84 이상의 차이를 보여 두 집단의 경로 간 차이는 통계적으로 유의하게 나타났다. 결론적으로, 가설 1-d는 기각되었다.

5) H2-a. 비용 요인이 관람의도에 미치는 영향은 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 커질 것이라는 가설은 지지되었다.

먼 미래의 경로계수는 $-.325$, C.R값 -2.057 로 유의하게 나타났고, 가까운 미래의 경로계수는 $-.631$, C.R값 -5.626 으로 역시 유의하게 나타났다. 즉, 가까운 미래 시점에서 비용 요인의 영향력이 커졌다고 할 수 있다.

경로제약을 통해 두 집단 간 경로의 $\Delta\chi^2$ 를 비교한 결과 3.84 이상의 차이를 보여 두 집단의 경로 간 차이는 통계적으로 유의하게 나타났다. 결론적으로, 가설 2-a는 지지되었다.

6) H2-b. 접근성 요인이 관람의도에 미치는 영향은 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 커질 것이라는 가설은 기각되었다.

먼 미래의 C.R값은 1.406로 유의하지 않게 나타났다. 반면, 가까운 미래의 경로계수는 $.256$, C.R값은 2.119로 유의한 것으로 나타났다. 즉, 먼 미래 시점에서 접근성 요인은 관람의도에 유의한 영향을 미치지 못하지만 가까운 미래 시점에서는 유의한 영향을 미치기 때문에 가까운 미래일 때 접근성 요인의 영향력이 커졌다고 할 수 있다.

경로제약을 통해 두 집단 간 경로의 $\Delta\chi^2$ 를 비교한 결과 3.84 이상의 차이를 보이지 않아 두 집단의 경로 간 차이는 유의하지 않게 나타났다. 이는 두 집단의 경로계수의 차이가 통계적으로 유의하지 않다는 것을 의미한다. 결론적으로, 가설 2-b는 기각되었다.

7) H2-c. 시간 요인이 관람의도에 미치는 영향은 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 커질 것이라는 가설은 지지되었다.

먼 미래의 C.R값 $-.645$ 로 유의하지 않게 나타났다. 반면, 가까운 미래의 경로계수는 $-.491$, C.R값은 3.979 로 유의한 것으로 나타났다. 즉, 먼 미래 시점에서 시간 요인은 관람의도에 유의한 영향을 미치지 못하지만 가까운 미래 시점에서는 유의한 영향을 미치기 때문에 가까운 미래 일 때 접근성 요인의 영향력이 커졌다고 할 수 있다.

경로제약을 통해 두 집단 간 경로의 $\Delta\chi^2$ 를 비교한 결과 3.84 이상의 차이를 보여 두 집단의 경로 간 차이는 통계적으로 유의하게 나타났다. 결론적으로, 가설 2-c는 지지되었다.

8) H2-d. 동반자 요인이 관람의도에 미치는 영향은 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 커질 것이라는 가설은 기각되었다.

먼 미래와 가까운 미래의 경로계수는 각각 $.410$, $-.125$ 로 나타났지만 두 미래시점의 C.R값이 각각 $.354$, -1.237 로 모두 유의하지 않은 것으로 나타났다. 즉, 먼 미래와 가까운 미래의 동반자 요인이 관람의도에 미치는 영향력은 유의하지 않다.

경로제약을 통해 두 집단 간 경로의 $\Delta\chi^2$ 를 비교한 결과 3.84 이하의 차이를 보여 두 집단의 경로 간 차이는 통계적으로 유의하지 않게 나타났다. 결론적으로, 가설 2-d는 기각되었다.

제 5 장 논의 및 결론

제 1 절 논의

본 연구는 해석수준이론에 근거한 시간적 거리에 따라 스포츠경기 관람결정요인들이 관람의도에 미치는 영향력을 검증하는 연구이다. 시간적 거리는 심리학 및 마케팅 분야에서 연구가 진행되어 왔으며, 시점에 따라 다른 대상 또는 사건에 대한 해석수준에 차이를 보이는 것으로 논의되어 왔다. 특히 마케팅 분야에서 시간적 거리에 따른 해석수준의 차이는 소비자가 상품을 구매할 때 중요하게 고려하는 요소에 영향을 주는 것으로 나타나 해석수준이론에 따른 시간적 거리의 효과가 검증되었다(Liberman & Trope; Bornemann & Homburg, 2011).

이에 본 연구는 선행연구를 바탕으로 시간적 거리에 따라 스포츠경기 관람결정요인의 중요성이 달라질 것이라는 가정 하에 연구를 시작하였다. 관람결정요인은 관람스포츠의 대표적인 상품인 스포츠경기의 관람의도에 직접적인 영향을 미치기에 중요하다. 이러한 중요성을 인지하고 해석수준이론에서 제시한 본질적 욕구 요인(Desirability)의 하위요인으로 분류한 성취, 즐거움, 일상탈출, 미학적 요인과 실행적 과정 요인(Feasibility)의 하위요인으로 분류한 비용, 접근성, 시간, 동반자 요인이 관람의도에 미치는 영향력 변화검증을 목적으로 연구를 진행하였다.

따라서 해석수준이론과 관람결정요인에 대한 선행연구들을 바탕으로 도출한 가설을 검증한 결과 및 결과에 대한 학문적, 실무적 시사점을 논의하고자 한다.

1. 본질적 욕구 요인이 관람의도에 미치는 영향

먼저 본 연구에서는 본질적 욕구의 하위 요인인 성취, 즐거움, 일상탈출, 미학적 요인이 관람의도에 미치는 영향력은 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 작아질 것이라고 예상하였다. Liberman, Sagristano, Yaacov와 Trope et al.(2001)에 의하면, 해석수준이론에서 본질적 욕구 요인(Desirability)은 추상적, 주요한, 핵심적인 성질을 가지고 있으며, 먼 미래에서 더 강하게 나타난다고 하였다. 이에 성취, 즐거움, 일상탈출, 미학적 요인을 본질적 욕구 요인으로 구분하여 연구를 진행하였다.

분석 결과, 성취 요인은 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 관람의도에 미치는 영향력이 작아지는 것으로 나타났다. 이는 해석수준이론의 본질적 욕구 요인을 바탕으로 세운 가설과 일치한다. 이를 통해 성취는 관람일로부터 많은 시간이 남아 있을 때 관람결정에 있어 더 크게 고려되는 요인이라고 볼 수 있다.

반면, 미학적 요인은 가까운 미래일 때 관람의도에 미치는 영향력이 오히려 커져 가설이 기각되었다. 본 연구의 결과를 살펴보면 가까운 미래 시점에서 미학적 요인은 일상탈출에 이어 두 번째로 높은 영향력을 가진 요인으로 나타났으나, 먼 미래 시점에서는 영향력 자체가 유의하지 않았다. 이는 미학적 요인의 경우 본질적 욕구 요인과 상이한 성질을 가지고 있다고 볼 수도 있지만, 본 연구에서 설정한 특정 기간인 4~5주 사이에 미학적 요인이 설문대상자들에게 인지되지 못하는 것으로 생각할 수도 있다. 비록 본 연구의 검증결과 가설과는 상반된 결과가 도출되었지만, 미학적 요인이 특정 기간에서 관람의도에 미치는 영향력이 유의하지 않게 나타난 것은 기존의 연구에서 발견되지 않은 부분으로 눈여겨볼 필요가 있다.

일상탈출 요인의 경우 경로계수에서는 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 영향력이 더 작아진 것으로 나타났지만, 통계적으로 집단 간 유의한 차이가 발생하지 않아 가설은 기각되었다. 하지만 일상탈출은 먼 미

래와 가까운 미래 집단 모두에서 가장 강한 영향력을 가지고 있는 요인으로 나타났다는 점에 주목할 필요가 있다. 이는 일상탈출 요인은 시간적 거리에 상관없이 스포츠팬들이 스포츠 경기 관람에 있어 가장 중요하게 고려해야 하는 요인이라는 것을 의미한다.

즐거움 요인의 경우 일상탈출과는 상반되게 먼 미래와 가까운 미래 시점 모두에서 관람의도에 미치는 영향력이 유의하지 않은 것으로 나타났다. 하지만 선행연구를 통해 즐거움 요인이 관람의도에 미치는 영향력이 검증된 만큼 요인자체의 영향력이 유의하지 않다고 볼 수는 없다(Hansen & Guathier, 1994; 최재원, 유권재, 김성재, 강성구, 1999). 단지, 본 연구에서 설정한 4~5주와 1~2일의 시간적 거리에서는 스포츠팬들에게 충분히 인지되지 않는 것이라고 생각해 볼 수 있다.

2. 실행적 과정 요인이 관람의도에 미치는 영향

다음으로 본 연구에서는 실행적 과정 요인의 하위 요인인 비용, 접근성, 시간, 동반자 요인이 관람의도에 미치는 영향력은 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 더 커질 것이라고 예상하였다. Liberman & Trope et al.(1998)에 의하면, 해석수준이론에서 실행적 과정 요인(Feasibility)은 가까운 미래에서 더 강하게 나타난다고 하였다. 이에 구체적, 부차적, 표면적인 성질을 가지고 있는 비용, 접근성, 시간, 동반자 요인을 실행적 과정 요인으로 분류하여 연구를 진행하였다.

분석 결과, 비용과 시간 요인의 경우 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 관람의도에 미치는 영향력이 커지는 것으로 나타났다. 특히 비용 요인은 먼 미래와 가까운 미래 모두에서 강한 영향력을 미치는 것으로 나타나 먼 미래에서 시점에서도 중요하게 고려해야하는 요인이라고 할 수 있다. 더욱이 비용 요인은 금전적인 요소로서 이윤을 창출과 직결되는 만큼 눈여겨 볼 필요가 있다. 시간적 요인의 경우 가까운 미래에서는

강한 영향력을 미치는 것으로 나타났지만, 먼 미래에서는 유의한 영향력을 미치지 않은 것으로 나타났다. 이는 먼 미래 시점에서는 스포츠팬들이 시간 요인을 거의 인지하지 않는다고 볼 수 있다.

접근성 요인의 경우 경로계수에서는 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 영향력이 더 커진 것으로 나타났지만, 통계적으로 집단 간 유의한 차이가 발생하지 않아 가설이 기각되었다. 다시 말해, 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 접근성 요인이 더 중요하게 고려된다고 말하기에는 그 차이가 너무 미미하다는 의미이다. 이는 시간적 거리에 따라 영향력의 차이가 나지 않는다고 보아도 무방하다. 즉, 접근성 요인이 관람의도에 미치는 영향은 시간적 거리의 영향을 받지 않기 때문에 시점에 상관없이 일관되게 중요성을 고려해야 할 요인으로 볼 수 있다.

동반자 요인의 경우 먼 미래와 가까운 미래 시점 모두에서 관람의도에 미치는 영향력이 유의하지 않은 것으로 나타났다. 하지만 선행연구를 통해 동반자 요인이 관람의도에 미치는 영향력이 검증된 만큼 요인 자체의 영향력이 유의하지 않다고 볼 수는 없다(Trail & James, 2001; 이용식, 오연풍, 조송현, 2001). 단지, 즐거움 요인과 마찬가지로 본 연구에서 설정한 4~5주와 1~2일의 시간적 거리에서는 스포츠팬들에게 충분히 인지되지 않는다고 생각해 볼 수 있다.

3. 학문적 시사점

본 연구의 학문적 시사점은 크게 두 가지로 구분할 수 있다. 첫째, 시간적 거리의 개념을 관람결정요인이 관람의도에 미치는 영향에 적용하여 이를 실증적으로 검증하였다. 해석수준이론의 시간적 거리는 지금까지 심리학, 경영, 마케팅 등의 분야에서 연구가 진행되어왔다. 스포츠마케팅 분야에서는 관람결정요인이 관람의도에 미치는 영향을 검증하는 일차원적인 연구만이 진행되었다는 점을 고려하였을 때 시간적 거리를 적용한

연구는 학문적으로 의미가 크다고 할 수 있다.

둘째, 해석수준이론을 바탕으로 관람결정요인을 구분하여 정의하였다. 해석수준이론에서는 해석수준에 영향을 미치는 요인을 고유의 성질에 따라 본질적 욕구 요인과 실행적 과정 요인으로 구분하고 있다. 본 연구에서는 성취, 즐거움, 일상탈출, 미학, 비용, 접근성, 시간, 동반자 요인의 성질을 파악한 후 해석수준이론의 두 가지 요인으로 구분함으로써 관람결정요인의 개념적인 부분을 보완하였다. 이는 기존의 관람결정요인들을 새로운 시각에서 정의하였다는 점에서 학문적으로 의미가 있다고 할 수 있다.

셋째, 관람결정요인이 관람의도에 미치는 영향을 검증하는 연구에서 시간적 거리를 세부적으로 구분하여 적용하였다. 본 연구에서는 스포츠 경기 티켓판매 개시일 직전 시점인 관람일 4~5주 전을 먼 미래로, 티켓 환불이 불가한 시점인 관람일 1~2일 전을 가까운 미래로 정의하였다. 이는 관람스포츠 마케팅 분야에 시간적 거리를 적용하여 연구를 진행할 때 활용될 수 있는 기초적인 정의를 제공하였다는 점에서 의미를 찾을 수 있다.

4. 실무적 시사점

본 연구는 기본적으로 스포츠 관람을 활성화시키기 위해 진행된 연구이다. 지금까지 스포츠팬들의 관람의도에 영향을 미치는 관람결정요인에 대한 연구는 다수 진행되어 왔기 때문에 이를 활용한 마케팅 전략을 수립할 수 있었다. 하지만 시간적 거리에 따라 관람결정요인이 관람의도에 미치는 영향력이 달라진다는 연구는 찾아보기 어렵다.

이를 보완하기 위해 본 연구에서는 먼 미래와 가까운 미래 시점을 도입하여 어떠한 요인이 어느 시점에서 중요한 영향력을 미치는지를 검증

하였고 유의한 결과를 도출하였다. 스포츠마케터들은 기존의 관람결정요인에 관한 연구를 활용하여 수립한 마케팅 전략에 본 연구의 결과를 추가적으로 활용한다면 관람률을 높이는 데 긍정적인 효과를 얻을 수 있을 것이다. 관람스포츠의 활성화를 위해 관람결정요인이 관람의도에 미치는 영향력에 시간적 거리가 유의하게 적용한다는 것을 밝혀내어 마케팅 전략에 효과적으로 활용할 수 있음을 제시하였다는 점에서 본 연구는 명확한 실무적 시사점을 가지고 있다고 할 수 있다.

제 2 절 결론 및 제언

1. 결론

여가시간 증대 및 스포츠시장의 확대에 따라 스포츠마케터들은 최대한 많은 사람들을 스포츠경기장으로 끌어들이려는 노력을 기울이고 있다. 특히 스포츠팬들이 어떠한 영향으로 인해 경기관람을 결정하는지를 알아보기 위해 관람결정요인들을 파악하여 각 요인들이 관람의도에 미치는 영향력을 검증하는 연구가 다양하게 진행되어 왔다. 이를 기반으로 관람결정요인이 관람의도에 미치는 영향에 관한 연구는 스포츠팬들의 관람의도를 상승시키는 데 큰 역할을 수행하여 왔다.

본 연구에서는 다수의 검증된 연구가 존재하는 만큼 추가적인 개념을 적용하여 연구를 진행한다면 의미 있는 결과를 도출할 수 있을 것이라고 판단하였다. 이에 따라 최근 심리, 마케팅, 광고학 분야에서 활발하게 진행되고 있는 해석수준이론의 시간적 거리를 연구에 활용하기로 결정하였다. 해석수준이론은 시간적 거리에 따라 사람들이 같은 사건이나 대상을 다르게 인식한다는 연구결과를 제시하였는데, 이를 관람결정요인에 적용하여 실증적으로 연구를 진행한다면 관람의도를 상승시키는데 도움을 줄 수 있을 것으로 기대하였기 때문이다.

검증에 앞서 관람결정요인인 성취, 즐거움, 일상탈출, 미학, 비용, 접근성, 시간, 동반자 요인을 성질에 따라 본질적 욕구 요인과 실행적 과정 요인으로 구분하였다. 그 후 시간적 거리에 따라 본질적 욕구 요인들이 관람의도에 어떠한 영향을 미치는지, 또한 시간적 거리에 따라 실행적 과정 욕구 요인들이 관람의도에 어떠한 영향을 미치는지를 검증하였다. 이에 대한 결론을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 본질적 욕구 요인의 성질과 동일하게 성취 요인이 관람의도에 미치는 영향력은 먼 미래일 때보다 가까운 미래 일 때 더 작게 나타난

반면, 미학적 요인은 먼 미래일 때보다 가까운 미래일 때 오히려 더 크게 나타났다.

둘째, 실행적 과정 요인의 성질과 동일하게 비용과 시간 요인이 관람 의도에 미치는 영향력은 먼 미래 일 때보다 가까운 미래일 때 더 크게 나타났다.

셋째, 즐거움, 접근성, 동반자 요인은 특정 미래 시점에서 영향력 자체가 유의하지 않은 것으로 나타났다.

2. 연구의 제한점 및 제언

본 연구에서는 관람일로부터 시간적 거리를 적용하여 관람결정요인이 관람의도에 미치는 영향을 검증했다는 점에서 학문적인 시사점을 가지며, 연구결과를 통해 특정 시점에서 차별화된 스포츠마케팅 전략을 수립하는데 일조할 수 있다는 점에서 실무적인 시사점 또한 크다고 할 수 있다. 하지만 위에서 언급한 학문적, 실무적 시사점에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 제한점을 가지고 있으며, 향후 이를 보완하여 발전시킬 수 있는 연구를 진행해야 할 것이다.

첫째, 스포츠경기의 관람의도에 영향을 미치는 관람결정요인들을 본질적 욕구 요인과 실행적 과정 요인의 성질을 기준으로 선정하여 검증하였지만, 모든 관람결정요인들을 고려하지는 못하였다. 실제로 다수의 선행연구에서 검증된 관람결정요인들은 더 존재하지만, 모든 요인들을 검증하는 것은 현실적으로 한계가 있기에 해석수준이론의 기준에 따른 구분이 모호한 하거나 충분한 검증이 이루어지지 않은 요인들은 본 연구의 검증대상에서 제외하였다. 향후 충분한 문헌조사를 통해 더 많은 요인들을 대상으로 연구를 실시한다면 의미 있는 결과를 추가적으로 도출할 수 있을 것이다.

둘째, 스포츠경기의 특성에 맞추어 시간적 거리를 정의하였지만, 먼 미래와 가까운 미래 두 단계로만 미래시점을 정의하였다는 점에서 한계점을 가지고 있다. 제한된 미래 시점의 설계로 인해 특정 미래시점에서 유의하지 않다고 나타난 요인들이 실제 해당 미래시점에서만 유의한 영향력이 없는 것인지 아니면 해당 미래시점이 충분히 멀거나 가깝지 않아 나타나지 않은 것인지를 판단하기 어렵다. 따라서 미래시점의 범위를 다양하게 확장해서 연구를 진행할 필요가 있다.

참 고 문 헌

- 곽준식 (2008). 출시 시점(가까운 미래 , 먼 미래)이 유사성 평가와 확장 제품평가에 미치는 영향: 시기추론이론을 중심으로. 마케팅관리 연구, 12(4), 57-70.
- 김재휘, 김태훈, 박인희 (2010). 예방활동의 결과를 얻는 시점에 따른 효과적인 설득 메시지유형: 해석수준이론을 중심으로. 한국심리학회지: 소비자·광고, 11(3), 451-474.
- 김정하, 이상봉 (1998). 스포츠맨과 유명연예인 광고모델의 광고효과 비교. 한국스포츠산업경영학회, 3(2) ,175-187.
- 김중의 (2001). 소비자행동. 서울: 형설 출판사.
- 김종환, 이종호 (1999). 전략적 마케팅을 위한 프로축구 팬 성향에 관한 연구. 한국체육학회지, 38(3), 785-798.
- 김청훈, 이광호, 빙원철 (2007). 카타르시스와 스포츠에 대한 관계성 고찰. 체육연구논문집, 13(1), 85-96.
- 노경섭 (2004). 제대로 알고 쓰는 논문 통계분석 SPSS AMOS 21, 한빛아카데미.
- 문화관광부 (2007). 2007 여가백서. 문화관광부.
- 박지혜 (2013). 영화산업분야에서 소셜미디어상의 소비자태도가 티켓 구매의도에 미치는 효과. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 우종필 (2012). 구조방정식모델 개념과 이해 : Amos 4.0-20.0 공용. 서울: 한나래아카데미.
- 이군희 (2015). 연구방법론의 이해. 서울: 북넷
- 이영덕 (1999). 상업스포츠 센터 회원의 구매행동 및 구매만족도 분석 연구. 한국체육학회지 38(4), 783-801.

- 이병관 (2011). 소비자의 정신적 조작과 시간적 거리감이 비교 광고에서 제품태도와 행동의도에 미치는 효과 연구. 광고학연구, 22(2), 129-151.
- 이병관, 안은미 (2010). 시간적 거리감과 소비자 지식이 제품 태도에 미치는 효과 연구. 광고학연구, 21(1), 211-223.
- 이용식, 오연풍, 조송현 (2001). 프로농구 소비자의 관전영향요인이 재관람 의사에 미치는 영향. 한국체육학회지, 40(1), 700-712.
- 이정학 (1999). 프로스포츠 경기관전 요인에 대한 구조모형. 한국스포츠사회학회지, 12, 345-358.
- 이정학 (2000). 스포츠의 카타르시스 적 기능에 대한 철학적 접근. 한국체육학회지, 39(3), 55-68.
- 이정호, 김기현, 남재준 (2014). 프로스포츠 관람체약 측정도구 개발과 타당화 검증. 한국웰니스학회, 9(3), 79-96.
- 이지은, 유동호 (2011). 가격할인 시 할인 기간이 소비자의 구매의도에 미치는 영향: 시간적 거리의 조절역할을 중심으로. 마케팅관리연구, 16(3), 73-99
- 이인, 함지선 (2015). 대학생의 스포츠 미학적 인식을 통한 교육적 가치 조망. 학습자중심교과교육연구, 15(9), 747-765.
- 임변장 (2001). 스포츠 사회학 개론. 서울: 동화문화사
- 임성준, 윤혜원, 윤용식, 손영우 (2009). 제품구매예상 시점과 제품군 분류에 따른 효과적인 광고 메시지: 시기추론이론을 중심으로. 한국심리학회지: 소비자·광고, 10(2), 321-336.
- 임운학 (2006). 프로스포츠 관람자의 스포츠관람 종목의 가치관 및 태도와의 관계. 한국여가레크리에이션학회지, 30(3), 335-346.
- 장진, 장경로 (2003). 스포츠판의 일체성에 따른 경기장 시설/환경에 대

- 한 인식. 한국체육학회지, 42(2), 281-290.
- 전혜연 (2012). 인지종결욕구에 따라 광고의 해석수준과 시간적 거리감이 패션 제품의 구매의도에 미치는 영향. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
- 조용찬 (2004). 프로야구 구단 입장수입규모에 따른 마케팅 차별화 방안. 한국체육학회지, 43(1), 445-456.
- 채한승, 이종호 (2000). 프로 스포츠팬 성향 및 경기관람 결정요인에 관한 조사연구. 한국스포츠 산업경영학회지, 5(2), 137-154.
- 최재원, 유권재, 김성재, 강성구 (1999). 골프관람객의 관전요인 분석. 한국체육학회지, 38(3), 907-918. 체육백서(2014). 문화체육관광부.
- Benzion, U., Rapoport, A. & Yagel, J. (1989). Discount rates inferred from decisions : An Experimental Study. Management Science, 35(3), 270-284.
- Berger, B. (1962). The Sociology of leisure: Some suggestions. Industrial Relations, 1: 31-45.
- Bickel P., Gotze, F. & van Zwet, W. (1997). Resampling fewer than observations : Gains, Losses and remedies for losses. Statistica Sinica, 7(2), 1-31
- Biner, M. J. (1992). Services capes: The impact of physical surrounding on customers and employees. Journal of Marketing, 56(2), 57-71.
- Bornemann, T., & Homburg, C. (2011). Psychological distance and the dual role of price. Journal of Consumer Research, 38(3), 490-504.
- Branvold, S. E., Pan, D. W., & Gabert, T. E. (1999). Effects of

- winning percentage and market size on attendance in minor league baseball. *Sport Marketing Quarterly*, 6(4)
- Burton. T. L., & Jackson. E. L.(1989), *Understanding leisure and recreation; Mapping the past, charting the future*. Venture Publishing, State College, PA 16803.
- Casper, J. M., Kanters, M. A., & James, J. D. (2009). Perceptions of constraints to NHL spectatorship. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 5(1-2), 55-72.
- Castaño, R., Sujan, M., Kacker, M., & Sujan, H. (2008). Managing consumer uncertainty in the adoption of new products: temporal distance and mental simulation. *Journal of Marketing Research*, 45(3), 320-336.
- Cheung, G. W., & Rensvold, R. B. (2002). Evaluating Goodness-of-Fit indexes for testing measurement invariance. *Structural Equation Modeling*, 9(2), 233-255.
- Crawford, D. W., Jackson, E. L., & Godbey, G. (1991). A hierarchical model of leisure constraints. *Leisure Sciences*, 13, 309-320.
- Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward and integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22, 99-113.
- Engel, J. E., & Blackwell, R. D. (1982). *Consumer Behavior* (4th ed). New York: Dryden Press.
- Estle, S. J., Green, L., Myerson, J., & Holt, D. D. (2007). Discounting of monetary and directly consumable rewards. *Psychological Science*, 18(1), 58-63.

- Eyal, T., Liberman, N., Trope, Y. & Walther, E. (2004). The pros and cons of temporally near and distance action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86(6), 781–795.
- Eyal T., Sagristano, M. D., Trope, Y., Liberman, N., & Chaiken, S. (2009). When values matter: Expressing values in behavioral intentions for the near vs. distant future. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(1), 35–43.
- Fishbein, M. (1980). *Progress in social psychology*. Lawrence Erlbaum Association.
- Fisher, B. J., & Specht, D. K. (1999), Successful aging and creativity in later life. *Journal of Aging Studies*, 13, 457–472.
- Frederick, S., George L., & O'Donoghue, T. (2002). Time discounting and time preference : A critical review. *Journal of Economic Literature*, 40(2), 351–401.
- Fujita, K., Marolne, D., Eng, J., Trope, Y. & Liberman, N. (2006). Spatial distance and mental construal of social events. *Psychological Science*, 17(4).
- Funk, D. C., Mahony, D. F., & Ridinger, L. L. (2002). Characterizing consumer motivation as individual difference factors: Augmenting the sport interest inventory (SII) to explain level of spectator support. *Sport Marketing Quarterly*, 11(1), 33–43.
- Houston, M. J., & Rothschild, M. L. (1978). Conceptual and methodological perspectives on involvement. *Research Frontiers in Marketing: Dialogues and Directions*, 184–187.
- Gree. R. E. (1995). An examination of factors related to consume

- behavior influencing attendance at professional sporting event.
Unpublished doctoral dissertation, Florida State University.
- Green, L., Myerson, J., & Ostaszewski, P. (1999). Amount of reward has opposite effects on the discounting of delayed and probabilistic outcomes. *Journal of Experimental Psychology : Learning, Memory and Cognition*, 25(6), 418-427.
- Green, L., & Myerson, J. (1993). Alternative frameworks for the analysis of self-control. *Behavior and Philosophy*, 21(2), 37-47.
- Green, L. & Myerson, J. (2004). A discounting framework for choice with delayed and probabilistic reward. *Psychological Bulletin*, 130(5), 769-792.
- Green, L., Myerson., J & McFadden, E. (1997). Rate of temporal discounting decreases with amount of reward. *Memory and Cognition*, 25(1), 715-723
- Hansen, H. E., & Guathier, R.(1994). The professional golf product: spectators' view, *Sport Marketing Quarterly*, 3(4), 9-16.
- Jeffrey, D. J. (1997). Becoming a sports fan: Understanding cognitive development and socialization in the development of fan loyalty. The Doctoral Dissertation. the Ohio State University
- Kanten, A. B. (2001). The effect of level of construal on predictions of task duration. *Jornal of Experimental Social Psychology*. 47, 1037-1047.
- Kim. k., Zhang. M., & Li, X. (2008). Effects of temporal and social distance on consumer evaluations. *Journal of Consumer Research*, 35, 98-110.

- Kim, H., & John, D. R. (2008). Consumer response to brand extensions: Construal level as a moderator of the importance of perceived fit. *Journal of Consumer Psychology*, 18, 116–126.
- Kimiecik, J. C., & Harris, A. T. (1996). What is enjoyment? A conceptual/definitional analysis with implication for sport and exercise psychology. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 18, 247–263.
- Lever, J., & Wheeler, S. (1984). The Chicago tribune sports page, 1900–1975. *Sociology of Sport Journal*, 1(4), 299–313.
- Liberman, N., & Trope, Y. (2014). Traversing psychological distance. *Trends in Cognitive Sciences*, 18(7), 364–369
- Liberman, N., & Trope, Y. (1998). The Role of Feasibility and Desirability Considerations in Near and Distant Future Decisions: A Test of Temporal Construal Theory. *Journal of Personality and Social Psychology*. 75(1). 5
- Liberman, N., & Trope, Y. (1998). The role of feasibility and desirability considerations in near and distant future decisions: A test of temporal construal theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(1), 5–18.
- Loewenstein, G., & Prelec, D. (1991). Negative time preference. *American Economic Review*, 81(2), 347–354..
- Lopez. S. J. (2009). *The nyclopedia of Positive Psychology*. New Jersey: Wiley–Blackwell.
- Lynch Jr, J. G., & Zauberman, G. (2006). When do you want it? time, decisions, and public policy. *Journal of Public Policy &*

- Marketing, 25(1), 67-78.
- Madden, G. J., Nancy M. P., Badger, G. J., & Bickel, W. (1997). Impulsive and self-control choices in opioid-dependent patients and non-drug-using control participants : Drug and monetary rewards. *Experimental Clinical Psychopharmacology*, 5(3), 256-262.
- Maheswaran, D. (1994). Country of origin as a stereotype: Effects of consumer expertise and attribute strength on product evaluations. *Journal of Consumer Research*, 21, 354-365.
- Myerson, J., & Green L. (1995). Discounting of delayed rewards : models of individual choice. *Journal of the Experimental Analysis of Behavior*, 64(2), 263-276.
- Nassubaum, S., Trope, Y., & Liberman, N. (2003). Creeping dispositionism: The temporal dynamics of behavior prediction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(3), 485-497.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: central and peripheral routes to attitude change*. NY: Springer.
- Plummer, J. T. (1971). Lifestyle pattern and commercial bank credit card usage. *Journal of Marketing*, 38(34), 35-41.
- Samuelson, P. (1937). A note on measurement of utility. *Review of Economic Studies*, 4, 155-161
- Scanla, T. K., & Simons, J. P.(1992). The construct of sport enjoyment. *Advances in Motivation in sport and exercise*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Schultz, D. (1977). *Growth Psychology: Models of the Healthy*

- Personality. NY: D. Van Nostrand Co.
- Smith, G. J. (1988). The noble sports fan. *Journal of Sport and Social issues*, 12(1).
- Strotz, R. H., (1955). Myopia and inconsistency in dynamic utility maximization. *Review of Economic Studies*, 23(3), 165–180.
- Thaler, R. H. (1981). Some empirical evidence on dynamic inconsistency. *Economic Letters*, 8(3), 201–207
- Thomas, M., Chandran, S. & Trope, Y. (2006). The effects of temporal distance on purchase construal. Unpublished manuscript, Cornell University
- Todorov, A., Goren, A., & Trope, Y. (2007). Probability as a psychological distance: Construal and preferences. *Journal of Experimental Social Psychology*, 43(3), 473–482
- Trail, G. T., & James, J. D. (2001). The motivation scale for sport consumption: Assessment of the scale's psychometric properties. *Journal of Sport Behavior*, 24(1), 108–127.
- Trope, Y., & Liberman N. (2000). Temporal construal and time-dependent changes in preference. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(6), 876–889
- Trope, Y., & Liberman, N. (2010). Construal-level theory of psychological distance. *Psychological review*, 117(2), 440–463.
- Trope, Y., Liberman, N., & Wakslak, C. (2007). Construal levels and psychological distance: Effects on representation, prediction, evaluation, and behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 17(2), 83–95.

- Vallacher, R. R., & Wegner, D. M. (1987). What do people think they're doing? Action identification and human behavior. *Psychological Review*, 94(1), 3-15.
- Wakerfield, K. R., & Sloan, H. J. (1995). The Effects of team loyalty and selected stadium factors on spectator attendance, *Journal of Sport Management*, 9(2), 153-172.
- Wakslak, C. J., Trope, Y., Liberman, N., & Alony, R. (2006). Seeing the forest when entry is unlikely: Probability and the mental representation of events. *Journal of Experimental Psychology*, 135(4), 641-653.
- Wankel, L. M. (1993). The importance of enjoyment to adherence and psychological benefits from physical activity. *International Journal of Sport Psychology*, 24, 151-169.
- Wankel, L. M. & Sefton, J. M. (1989). A season-long investigation of fun in youth sports. *Journal of Sports and Exercise Psychology*, 11(4), 355-366.
- Zhao, M., Hoeffler, S., & Zauberaman, G. (2007). Mental simulation and preference consistency over time: Th role of process-versus outcome-focused thoughts. *Journal of Marketing Research*, 44(8), 379-389.

<부록>

설문지

안녕하십니까?

본 설문은 관람일로부터 시간적 거리에 따라 관람결정요인이 관람의도에 미치는 영향을 연구하기 위한 것입니다.

본 조사를 통해 수집된 여러분의 개인적 사항이나 응답 내용 등은 통계법 제8조 및 제9조의 규정에 의하여 무기명으로 처리되며, 본 연구 목적 외에는 절대 사용되지 않음을 약속드립니다.

본 설문지에 나오는 문항들은 맞고 틀리는 것이 없으며, 각 문항을 잘 읽어보시고 여러분의 경험과 생각에 따라 한 문항도 빠짐없이 솔직하게 응답해 주시면 본 연구에 큰 도움이 될 것입니다.

설문에 참여해주셔서 대단히 감사합니다.

서울대학교 체육교육과
글로벌스포츠매니지먼트 전공

지도교수 : 김유겸
석사과정 : 이동렬

E-mail : drlee@snu.ac.kr

- 다음은 먼 미래에 있을 경기에 대한 관람의도를 묻는 설문입니다.
아래는 한국프로야구 경기목록입니다. 아래 경기 중 관람의도가 있는
경기를 고르고 설문에 답하여 주시기 바랍니다.

① 11월 4일 기아 vs SK	② 11월 4일 롯데 vs NC	③ 11월 4일 두산 vs 기아	④ 11월 5일 두산 vs SK	⑤ 11월 6일 NC vs SK	⑦ 11월 6일 두산 vs 롯데
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

	항목	전혀 그렇지 않다 보통이다 매우 그렇다						
1	나는 해당 경기를 관람할 의도가 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

- 다음은 경기관람의 성취감에 관한 문항입니다.
위에서 선택하신 경기를 생각하며 설문에 답하여 주시기 바랍니다.

	항목	전혀 그렇지 않다 보통이다 매우 그렇다						
1	해당 경기에서 응원하는 팀이 이길 경우 성취감을 느낄 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	해당 경기에서 응원하는 팀이 이길 경우 자랑스러울 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	해당 경기에서 응원하는 팀이 이길 경우 보람찬 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	해당 경기에서 응원하는 팀이 이길 경우 자부심을 느낄 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	해당 경기에서 응원하는 팀이 이길 경우 내가 이기는 것처럼 느낄 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

- 다음은 경기관람의 즐거움에 관한 문항입니다.

	항목	전혀 그렇지 않다 보통이다 매우 그렇다						
1	해당 경기를 관람하면 기분이 좋아질 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	해당 경기를 관람하면 유쾌할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	해당 경기를 관람하면 재미있을 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	해당 경기에는 흥미로운 볼거리가 있을 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	해당 경기를 관람하면 신날 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

○ 다음은 경기관람의 일상탈출에 관한 문항입니다.

	항목	전혀 그렇지 않다 보통이다 매우 그렇다						
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1	해당 경기 관람은 나의 일상을 잠시 잊게 해줄 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	해당 경기 관람은 스트레스를 해소시켜 줄 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	해당 경기 관람하면 다른 세계에 온 기분이 들 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	해당 경기를 관람하면 시간이 멈추는 느낌이 들 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	해당 경기를 관람하는 동안 마음이 편안할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

○ 다음은 경기관람의 미학적 요인에 관한 문항입니다.

	항목	전혀 그렇지 않다 보통이다 매우 그렇다						
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1	해당 경기 자체에 매력이 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	해당 경기 자체는 자연스럽고 아름답다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	해당 경기의 극적인 요소가 즐겁다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	해당 경기는 우아하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	해당 경기 선수들의 플레이는 뛰어나다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

○ 다음은 경기관람의 비용 요인에 관한 문항입니다.

	항목	전혀 그렇지 않다 보통이다 매우 그렇다						
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1	해당 경기 관람을 위한 입장료는 부담스럽다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	해당 경기 관람 시 경기장 식·음료 가격은 부담스럽다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	해당 경기에서 기념품 구입비는 부담스럽다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	해당 경기를 관람하기 위한 이동경비는 부담스럽다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	해당 경기의 관람비용은 부담스럽다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

○ 다음은 경기관람의 접근성에 관한 문항입니다.

	항목	전혀 그렇지 않다			보통이다			매우 그렇다
1	해당 경기의 경기장 위치는 관람에 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	해당 경기의 경기장에 가는데 소요되는 시간은 관람에 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	해당 경기의 대중교통 편의성은 관람에 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	해당 경기의 주차 편의성은 관람에 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	해당 경기의 경기장 출입용이성은 관람에 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

○ 다음은 경기관람의 시간 요인에 관한 문항입니다.

	항목	전혀 그렇지 않다			보통이다			매우 그렇다
1	해당 경기를 관람하기 위해 시간을 내는 것은 어렵다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	해당 경기의 관람시간을 맞추는 것은 어렵다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	해당 경기를 관람하기 위한 시간적 여유가 없다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	해당 경기 관람을 즐길 휴일이 부족하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	해당 경기에 시간을 투자하는 것은 부담스럽다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

○ 다음은 경기관람의 동반자에 관한 문항입니다.

	항목	전혀 그렇지 않다			보통이다			매우 그렇다
1	해당 경기를 함께 관람할 친구가 있어야한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	해당 경기를 가족과 함께 관람해야한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	해당 경기를 혼자 관람하고 싶지 않다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	해당 경기를 누군가와 함께 관람해야한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	해당 경기는 사교의 장이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

○ 다음은 가까운 미래에 있을 경기에 대한 관람의도를 묻는 설문입니다.

아래 경기 중 관람의도가 있는 경기를 고르고 설문에 답하여 주시기 바랍니다.

① 10월 2일 두산 vs 롯데	② 10월 3일 NC vs SK	③ 10월 3일 두산 vs SK	④ 10월 3일 기아 vs 두산	⑤ 10월 3일 롯데 vs NC	⑦ 10월 3일 기아 vs SK
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

	항목	전혀 그렇지 않다 보통이다 매우 그렇다						
1	나는 해당 경기를 관람할 의도가 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

○ 다음은 경기관람의 성취감에 관한 문항입니다.

위에서 선택하신 경기를 생각하며 설문에 답하여 주시기 바랍니다.

	항목	전혀 그렇지 않다 보통이다 매우 그렇다						
1	해당 경기에서 응원하는 팀이 이길 경우 성취감을 느낄 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	해당 경기에서 응원하는 팀이 이길 경우 자랑스러울 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	해당 경기에서 응원하는 팀이 이길 경우 보람찬 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	해당 경기에서 응원하는 팀이 이길 경우 자부심을 느낄 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	해당 경기에서 응원하는 팀이 이길 경우 내가 이기는 것처럼 느낄 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

○ 다음은 경기관람의 즐거움에 관한 문항입니다.

	항목	전혀 그렇지 않다 보통이다 매우 그렇다						
1	해당 경기를 관람하면 기분이 좋아질 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	해당 경기를 관람하면 유쾌할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	해당 경기를 관람하면 재미있을 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	해당 경기에는 흥미로운 볼거리가 있을 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	해당 경기를 관람하면 신날 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

○ 다음은 경기관람의 일상탈출에 관한 문항입니다.

	항목	전혀 그렇지 않다	보통이다					매우 그렇다
1	해당 경기 관람은 나의 일상을 잠시 잊게 해줄 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	해당 경기 관람은 스트레스를 해소시켜 줄 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	해당 경기 관람하면 다른 세계에 온 기분이 들 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	해당 경기를 관람하면 시간이 멈추는 느낌이 들 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	해당 경기를 관람하는 동안 마음이 편안할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

○ 다음은 경기관람의 미학적 요인에 관한 문항입니다.

	항목	전혀 그렇지 않다	보통이다					매우 그렇다
1	해당 경기 자체에 매력이 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	해당 경기 자체는 자연스럽고 아름답다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	해당 경기의 극적인 요소가 즐겁다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	해당 경기는 우아하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	해당 경기 선수들의 플레이는 뛰어나다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

○ 다음은 경기관람의 비용 요인에 관한 문항입니다.

	항목	전혀 그렇지 않다	보통이다					매우 그렇다
1	해당 경기 관람을 위한 입장료는 부담스럽다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	해당 경기 관람 시 경기장 식·음료 가격은 부담스럽다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	해당 경기에서 기념품 구입비는 부담스럽다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	해당 경기를 관람하기 위한 이동경비는 부담스럽다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	해당 경기의 관람비용은 부담스럽다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

○ 다음은 경기관람의 접근성에 관한 문항입니다.

	항목	전혀 그렇지 않다			보통이다			매우 그렇다
1	해당 경기의 경기장 위치는 관람에 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	해당 경기의 경기장에 가는데 소요되는 시간은 관람에 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	해당 경기의 대중교통 편의성은 관람에 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	해당 경기의 주차 편의성은 관람에 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	해당 경기의 경기장 출입용이성은 관람에 영향을 미친다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

○ 다음은 경기관람의 시간 요인에 관한 문항입니다.

	항목	전혀 그렇지 않다			보통이다			매우 그렇다
1	해당 경기를 관람하기 위해 시간을 내는 것은 어렵다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	해당 경기의 관람시간을 맞추는 것은 어렵다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	해당 경기를 관람하기 위한 시간적 여유가 없다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	해당 경기 관람을 즐길 휴일이 부족하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	해당 경기에 시간을 투자하는 것은 부담스럽다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

○ 다음은 경기관람의 동반자에 관한 문항입니다.

	항목	전혀 그렇지 않다			보통이다			매우 그렇다
1	해당 경기를 함께 관람할 친구가 있어야한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	해당 경기를 가족과 함께 관람해야한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	해당 경기를 혼자 관람하고 싶지 않다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	해당 경기를 누군가와 함께 관람해야한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	해당 경기는 사교의 장이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

○ 다음은 귀하의 일반적 사항에 대한 질문입니다.

1	귀하의 성별은?	① 남자	② 여자
2	귀하의 연령대는?	① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 이상	
3	귀하의 최종 학력은?	① 고졸 ② 대학교 재학 ③ 대학교 졸업 ④ 대학원 재학 ⑤ 대학원 졸업	
4	귀하의 연간 스포츠 경기관람 횟수는?	① 1회 ~ 3회 ② 4회 ~ 6회 ③ 7회 ~ 9회 ④ 10회 이상	

<설문에 응답해 주셔서 진심으로 감사드립니다>

Abstract

THE INFLUENCE OF TEMPORAL DISTANCE ON THE SPECTATOR MOTIVATION

Lee, Dong Ryul

Department of Physical Education

Global Sport Management

The Graduate School

Seoul National University

Ample research has investigated the degrees to which a variety of factors (e.g., motives, identification levels, relationship quality) influence sport consumer spectating behaviors. Yet, despite the important contributions of previous research on sport consumption behaviors, insufficient academic attention has been given to the influence of timing. Thus, this research has main objectives to examine the moderating effect of temporal distance from the sporting event on the relationship between desirability/feasibility factors and sport consumption intention.

In order to achieve purpose of the study, We conducted the survey to total of 350 fans (far-future group : 175, near-future group : 175) The questionnaire is made up of 5 questions for each spectator decision factors, total 40 questions and a question about spectator intention. Collected data were analyzed with descriptive statistics analysis and reliability analysis with SPSS 21.0, and validity analysis and multiple-group confirmatory factor analysis utilizing AMOS 21.0. In addition, the structural equation model(SEM) path analysis and path constraints were conducted to verify research hypotheses.

In conclusion, As expected from hypothesis, achievement factor showed less influence in near future, while cost and time factors showed greater influence in near future. On the other hand, aesthetic factor showed greater influence in near future, which does not correspond with characteristics of desirability factor. In addition, result showed that influence of joy, accessibility, and companion factors were insignificant in certain time period, which has not been found in previous research.

Keywords : Temporal distance, Motivation, Spectator

Student Number : 2016-21617